

**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
Escuela Profesional de Administración



*Una Institución Adventista*

Nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016

Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración

Por:

Ccapa Cabello, Vasty Estela  
Guimac Cubas, Jhordyn Kairo

Asesora:

Mg. Elizabeth Emperatriz García Salirrosas

Lima, febrero 2016

## **Cómo citar:**

### **Estilo APA**

Ccapa, C., & Guimac, C. (2016). Nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016 (Tesis de pregrado). Universidad Peruana Unión, Lima.

### **Estilo Vancouver**

Ccapa, VE, Guimac, JK. (2016). Nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016 [Tesis de pregrado]. Lima: Universidad Peruana Unión, 2016.



## **Dedicatoria**

A nuestros padres  
por habernos apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la  
motivación constante que nos ha permitido ser personas de bien; y sobre todo, por su  
amor.

## **Agradecimientos**

Agradecemos a Dios ser maravilloso que nos dió salud, fuerza y fé para creer lo que nos parecía imposible terminar. A nuestros padres por ayudarnos y darnos ánimos en cada momento de nuestra vida, a todos nuestros maestros amigos ya que ellos también nos enseñaron a valorar los estudios y a superarnos cada día.

Así mismo agradecemos a la facultad por el apoyo y facilidad que nos brindaron para poder levantar datos en la sede y filiales de la universidad. Y también a nuestros docentes: Elizabeth Emperatriz García Salirrosas, al Ingeniero Edison Effer Apaza Tarqui y Víctor Daniel Álvarez Manrique quienes nos apoyaron en cada momento para poder realizar la parte metodológica y estadística.

## Índice

<b>Capítulo I .....</b>	<b>1</b>
<b>Planteamiento del problema.....</b>	<b>1</b>
1.1. Descripción de la situación problemática .....	1
1.2. Formulación del problema.....	4
<b>1.3. Objetivos de la investigación.....</b>	<b>4</b>
1.3.1. Objetivo general.....	4
1.3.2. Objetivos específicos .....	5
<b>1.4. Justificación.....</b>	<b>5</b>
<b>1.5. Cosmovisión bíblica filosófica.....</b>	<b>6</b>
<b>Capítulo II .....</b>	<b>8</b>
<b>Marco teórico.....</b>	<b>8</b>
2.1. Antecedentes de investigación .....	9
2.1.1. Origen.....	11
2.1.2. Enfoques de las características emprendedoras personales .....	16
2.1.3. Constructos .....	21
2.2. Marco conceptual o términos.....	25
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>26</b>
<b>Metodología de la investigación .....</b>	<b>26</b>
3.1. Tipo de investigación .....	26
3.2. Diseño de investigación .....	27
<b>3.3. Variable.....</b>	<b>27</b>
3.3.1. Identificación de la variable: .....	27
<b>3.4. Población y muestra .....</b>	<b>31</b>
3.4.1. Población .....	31
3.4.2. Muestra.....	31
3.4.3. Técnicas de muestreo .....	31
<b>3.5. Instrumento.....</b>	<b>33</b>
3.5.1. Validación del instrumento .....	34
3.5.2. Confiabilidad del instrumento.....	34
3.5.3. Diseño del instrumento de investigación.....	38
<b>3.6. Plan del procesamiento de datos.....</b>	<b>39</b>
3.6.1. Técnicas de recolección de datos .....	39
3.6.2. Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos .....	39
3.6.3. Escala de medición del instrumento .....	40
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>42</b>
<b>Resultados y discusión .....</b>	<b>42</b>
4.1. Resultados .....	42
4.2. Discusión .....	76
<b>CAPITULO V.....</b>	<b>80</b>
<b>Conclusiones y recomendaciones .....</b>	<b>80</b>
5.1. Conclusiones .....	80

5.2. Recomendaciones .....	81
Referencias.....	83
Anexos .....	93
.....	94
.....	94

## Índice de tablas

Tabla 1 Población y muestra de la Escuelas Profesionales de FCE .....	31
Tabla 2 Nivel del coeficiente de confiabilidad.....	35
Tabla 3 Nivel estadístico del total de elementos del instrumento .....	35
Tabla 4 Coeficiente de confiabilidad alfa de Cronbach para dimensiones analizados....	38
Tabla 5 Nivel y rango de la capacidad emprendedora personal. ....	40
Tabla 6 Características sociodemográficas de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016.....	42
Tabla 7 Características académicas de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016.....	43
Tabla 8 Influencia familiar y preferencia laboral de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016.....	44
Tabla 9 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales, sede Lima .....	45
Tabla 10 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales, sede Tarapoto. ....	46
Tabla 11 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales, sede Juliaca.....	46
Tabla 12 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según carreras, sede Lima. ....	47
Tabla 13 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según carreras, sede Tarapoto. ....	48
Tabla 14 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según carreras, sede Juliaca.....	49
Tabla 15 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según edades, sede Lima. ....	50
Tabla 16 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según edades, sede Tarapoto. ....	51
Tabla 17 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según edades, sede Juliaca. ....	51



Tabla 18 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según procedencia, sede Lima.....	52
Tabla 19 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según procedencia, sede Tarapoto.....	53
Tabla 20 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según procedencia, sede Juliaca. ....	54
Tabla 21 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según género, sede Lima .....	55
Tabla 22 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según género, sede Tarapoto .....	56
Tabla 23 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según género, sede Juliaca .....	56
Tabla 24 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según ciclo, sede Lima .....	57
Tabla 25 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según ciclo, sede Tarapoto .....	58
Tabla 26 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según ciclo, sede Juliaca.....	59
Tabla 27 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según padres empresarios, sede Lima .....	60
Tabla 28 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según padres empresarios, sede Tarapoto .....	61
Tabla 29 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según padres empresarios, sede Juliaca.....	62
Tabla 30 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según sede .....	63
Tabla 31 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según ciclo.....	63
Tabla 32 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según carrera .....	64
Tabla 33 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según edades.....	65
Tabla 34 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según género.....	66

Tabla 35 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según procedencia. ....	66
Tabla 36 Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según padres empresarios.....	67
Tabla 37 Clúster de las dimensiones .....	68
Tabla 38 Número de casos en cada clúster.....	69
Tabla 39 Análisis de varianza de los Clúster.....	69
Tabla 40 Centro de Clúster filial Juliaca .....	70
Tabla 41 Número de casos de cada Clúster.....	71
Tabla 42 Análisis de varianza de los Clúster.....	71
Tabla 43 Centro de Clústers filial Tarapoto .....	72
Tabla 44 Número de casos en cada Clúster.....	72
Tabla 45 Análisis de Varianza de los Clúster.....	73
Tabla 46 Centro de Clústers sede Lima.....	74
Tabla 47 Número de casos en cada Clúster.....	74
Tabla 48 Análisis de Varianza de los Clúster.....	75

## **Índice de Anexos**

ANEXO 1: Cuestionario de Autoevaluación de la Capacidad Emprendedora Personal (Cep´S) .....	94
ANEXO 2: Matriz de Consistencia .....	95
ANEXO 3: Cantidad de alumnos de sede Y filiales de la Universidad Peruana Unión Durante El Periodo 2016 , Según Sistema Academico .....	95
ANEXO 4: Cartas de Autorización .....	95

## Índice de figuras

Figura 1	Análisis de clúster de la filial Juliaca.....	87
Figura 2	Análisis de clúster de la filial Tarapoto.....	89
Figura 3	Análisis de clúster de la sede Lima .....	91

## **Símbolos usados**

GEM: Global Entrepreneurship Monitor

TEA: Tasa Efectiva Anual

IEDEP: Director Ejecutivo del Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial

La Universidad ESAN

CEP's: Características Emprendedoras Personales

CEFE: competencia de economía a través de la formación emprendedora

GTZ: Cooperación Técnica

USAID: Agencia Norteamericana para el Desarrollo Internacional

COPEME: Consorcio de organizaciones privadas de promoción del desarrollo de la micro y pequeñas empresas

## **Resumen**

El objetivo de esta investigación es determinar el nivel del emprendimiento en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016. El estudio se realizó en un alcance de tipo descriptivo, de diseño no experimental y de corte transversal. La población de estudio está conformada por 746 estudiantes. El instrumento utilizado fue el cuestionario de autoevaluación de la capacidad emprendedora personal (CEP), que mide las dimensiones: de necesidad de logro, necesidad de planificación y la necesidad de poder. Para el análisis de los resultados se emplearon métodos de estadística descriptiva, utilizando el programa computacional Excel y el SPSS para procesamiento de la data. Después de haber obtenido los resultados se han ido analizando según el grado de importancia, dando a conocer que el nivel de emprendimiento en los estudiantes es de un nivel promedio, siendo la sede Lima junto a la filial de Juliaca los que presentaron un mayor porcentaje de emprendimiento en la necesidad del logro con un 16.63 y 16.49 respectivamente, a diferencia de Tarapoto con un 16.31. Siendo la necesidad de logro que mayor relevancia tuvo dentro de los encuestados, seguido por planificación y poder.

Palabras clave: Emprendimiento, características emprendedoras personales, necesidad de logro, necesidad de planificación, necesidad de poder.

## **Abstract**

The objective of this research is to determine the level of entrepreneurship in the students of the Faculty of Business Sciences at the headquarters of the Universidad Peruana Union and its subsidiaries during the period 2016. The study was carried out in a descriptive, Non-experimental and cross-sectional study. The study population is made up of 746 students. The instrument used was the self-evaluation questionnaire for personal entrepreneurship (CEP), which measures the dimensions of need for achievement, need for planning and the need for power. For the analysis of the results we used descriptive statistics methods, using the Excel computational program and the SPSS for processing for the data. After having obtained the results have been analyzed according to the degree of importance, showing that the level of entrepreneurship in the students is of an average level. Being the headquarters Lima next to the branch of Juliaca that presented a greater percentage of emprendimiento in the necessity of the achievement with a 16.63 and 16.49 respectively, unlike Tarapoto with a 16.31.. Being the need of achievement the one that had greater relevance within the respondents, followed by planning and power.

Keywords: Entrepreneurship, personal entrepreneurial characteristics, need for achievement, need for planning, need for power.

## **Introducción**

La investigación pretende determinar el nivel del emprendimiento en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016.

La globalización representa una serie de desafíos interesantes, pero también nos da oportunidades para crecer y desarrollarnos, para generar bienestar y desarrollo en las personas, por ende en su entorno social. Se define al emprendedor como un modo de ser y hacer demostrando capacidades personales que lo llevan a actuar de manera productiva y constructivamente con la realidad, permitiéndole asumir un papel principal y creativo para construir su propio futuro, afrontando los desafíos que se le encuentre. Por lo tanto, las características emprendedoras personales pueden ser conceptualizadas como actitudes a nivel cognitivo, afectivo y comportamental que aluden a la voluntad incesante de empezar y de organizar los recursos disponibles; además, se entiende como aptitudes que hacen diferencia de otros individuos y capacidades que permiten obtener ventajas aprovechablemente competitivas.

Tales características se miden mediante las necesidades de logro, de planificación y de poder. En el caso del Perú, los emprendedores por oportunidad representan el 73%. “El peruano siempre ha sido un buscador de oportunidades por excelencia, el contexto económico desfavorable que hemos vivido durante mucho tiempo, lo ha obligado a desarrollar su ingenio y creatividad para alcanzar el bienestar”. Jaime señala, líder del equipo de investigación GEM Perú.

El interés de investigar este tema es para medir el nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión, observando la influencia de los cursos de emprendimiento y actividades realizadas por la escuela de Administración hacia sus estudiantes. En este sentido, el objetivo general de la investigación es determinar el



nivel de emprendimiento en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016.

Para el desarrollo de este estudio se realizó una encuesta a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016. Se elaboró un Cuestionario de Autoevaluación de las Características Emprendedoras Personales (CEP), que incorpora 3 dimensiones, 10 indicadores, contenidas en 55 ítems, con una escala de valoración tipo Likert. Se encuestó a una muestra total de 746 estudiantes.

En el primer capítulo se presenta el problema y el planteamiento del problema, que incluye descripción de la situación problemática, formulación del problema, justificación, donde se explica las razones por las cuales se investiga el emprendimiento de los estudiantes de la facultad de Ciencias empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales. Y se identifican los objetivos que se logran cumplir mediante la investigación.

En el segundo capítulo se presenta los fundamentos teóricos de la investigación como los antecedentes de la investigación, marco teórico, y marco conceptual que apoyará la formulación del problema, y servirán para que el lector se ubique y conozca el tema que se quiere tratar. Asimismo, se presenta las variables y dimensiones.

En el tercer capítulo, se explica la metodología empleada para llevar a cabo la investigación. Entre ellas: el tipo de investigación, el diseño de la investigación, población y muestra, así como las técnicas empleadas para recolectar los datos.

En el cuarto capítulo se presenta el análisis e interpretación de datos, habiendo realizado la organización de resultados, análisis de los resultados e interpretación de los resultados.

Finalmente, se exponen las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.

## **Capítulo I**

### **Planteamiento del problema**

#### **1.1. Descripción de la situación problemática**

En la actualidad, el emprendimiento se ha establecido como la base del desarrollo y progreso de un país, ya que trae consigo nuevas ideas y más empresas productivas que dinamizan a la sociedad (Fandiño Padilla & Bolívar Abello, 2008). Para Wennekers y Thurik (1999), citado por Blanco González, Mercado Idoeta, y Prado Román (2012), el emprendimiento es la acción de poner en marcha un nuevo proyecto empresarial asumiendo el riesgo que éste conlleva, a cambio de obtener un beneficio empresarial y es el motor de innovación, competitividad y crecimiento. El emprendimiento es considerado como un componente estratégico en el mejoramiento continuo de cada país y aprovechar sus beneficios en el desarrollo (Fandiño Padilla & Bolívar Abello, 2008).

El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es el estudio más grande en el ámbito mundial, que se realiza anualmente a 42 países, lo que le otorga un carácter global a sus resultados y la cantidad de conocimiento que ha generado a lo largo de su existencia, realizando, además, comparaciones internacionales para una mejor comprensión del impacto del proceso en la generación de riqueza, realizando múltiples estudios con diferentes enfoques y metodologías, comenta Ortiz Riaga, Duque Orozco, y Camargo Mayorga (2008), que también mencionan, que dicho proyecto fue una iniciativa que surgió en 1999, encabezada por Babson College de Boston en Estados Unidos y el London School of Economics de Londres en Reino Unido. En este sentido, según la 16ª edición del Informe GEM (2014), ha reportado que España es uno de los países menos emprendedores del mundo. Únicamente el 7.3% de la población activa comprendida entre los 18 y 65 años participa de una actividad empresarial nueva, que

también lo confirma De la Vega, et al. (2006), citado por García Pérez de Lema, Moreno Candel, y Rosique Blasco (2012), y que en este contexto, España asume el compromiso de promover el espíritu emprendedor en forma secuencial en los diferentes niveles educativos, que quedó plasmado en la Ley Orgánica 10/2002 de Calidad de Educación.

En el caso de América Latina, Ecuador presenta una Tasa Efectiva Anual (TEA) de 32.6%, siendo líder en la región, seguido de Perú con 28.8% superando a Bolivia con 27.4%, y Chile 26.6%. Es preciso mencionar que Perú y Ecuador han tenido un importante repunte respecto al 2009, año de la crisis financiera internacional. De esa fecha al 2014, la TEA avanzó en 16% y 8%, respectivamente, tal como lo declara el Director Ejecutivo del Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial - IEDEP (Peñaranda, 2015). Estudios realizados en Chile mencionan que, la edad promedio de personas que emprenden en su etapa inicial es de 36 años y 46 años para los empresarios establecidos y que el 18% de los emprendedores en esta etapa tienen estudios superiores; por lo que asumen promover el emprendimiento en los Centros de Educación Superior haciendo más intensiva la enseñanza del emprendedurismo, por ende, habrá más probabilidades de que los estudiantes hagan el esfuerzo por empezar un nuevo negocio y contribuir al desarrollo de la economía, refiere Álvarez y Jung (2004) citado por Cabana Villca, Cortes Castillo, Plaza Pasten, Castillo Vergara, y Alvarez Marin (2013).

La Universidad ESAN de Lima trabaja en convenio con el equipo GEM Perú, que ha participado desde el 2004. En el informe GEM (Singer, Amorós, Moska Arreola, & Association, 2014), incluye el índice motivacional que compara los emprendimientos impulsados por una mejora, ya sea por mayores ingresos o por más independencia con los emprendimientos que se originan por la necesidad de tener ingresos. Dicho índice

para el Perú es 3.6 y es el más alto de América del Sur. Analizando los resultados para el Perú, se observa que por cada emprendimiento que se crea para cubrir una necesidad, cinco se originan por una oportunidad, es decir la iniciativa emprendedora responde sobre todo a la identificación de una posibilidad de negocio, antes que a una falta de oportunidad de empleo, que hace mención el Director Ejecutivo del IEDEP (Peñaranda, 2015). En este sentido, Masgo Torres (2010), recalcó que el Perú necesita desarrollar una cultura emprendedora, despertar el espíritu empresarial y el optimismo en los jóvenes lo más temprano posible en su vida. Formichella (2004), citado por Masgo Torres (2010), expresó el papel que tiene la educación en el desarrollo del emprendimiento en el área de educación para el trabajo por el acercamiento al mundo laboral; por medio de las capacidades emprendedoras, favorece el desarrollo de nuevas empresas, como el crecimiento de las empresas existentes. Por lo tanto, el emprendimiento y la innovación en las aulas debe formar parte intrínseca en la formación académica (Gutiérrez O., Asprilla M., & Gutiérrez L., 2009).

En esta misma dirección, una contribución que la universidad puede hacer a la región consiste en promover el emprendimiento y preparar a sus estudiantes para que sean profesionales emprendedores (Alvarado Muñoz & Rivera Martínez, 2011). Adicionalmente, Fandiño Padilla y Bolívar Abello (2008) recalcaron la preparación de alumnos capaces de enfrentarse y competir con un mercado laboral competitivo, utilizando las herramientas dadas para aporte al desarrollo económico y social del país. Ante la problemática, se presenta el siguiente proyecto de investigación que tiene como finalidad, determinar el nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

## **1.2. Formulación del problema**

En el presente trabajo de investigación se llevó a formular el siguiente problema general y problemas específicos:

Problema general

¿Cuál es Nivel de emprendimiento de los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales en la sede de la universidad peruana unión y filiales, durante el periodo 2016?

Problemas específicos

- ¿Cuál es el nivel de emprendimiento respecto a la necesidad de logro de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016?
- ¿Cuál es el nivel de emprendimiento respecto a la necesidad de planificación de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016?
- ¿Cuál es el nivel de emprendimiento respecto a la necesidad de poder de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016?

## **1.3. Objetivos de la investigación**

### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar el nivel de emprendimiento en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Determinar el nivel de emprendimiento respecto a la necesidad de logro de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016.
- Determinar el nivel de emprendimiento respecto a la necesidad de planificación de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016.
- Determinar el nivel de emprendimiento respecto a la necesidad de poder de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016.

### **1.4. Justificación**

#### *Teórica*

Este trabajo es conveniente para la mejora académica de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, porque mide el nivel de las características de un emprendedor. Se efectuó este análisis a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, utilizando como herramienta de medición el Cuestionario de Autoevaluación de las Características Emprendedoras Personales (CEP's), teniendo en cuenta ciertos aspectos que permitirán medir la capacidad emprendedora a nivel del alumno desde una perspectiva psicológica.

Este análisis se efectuará a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016.

#### *Institucional*

La información obtenida le servirá como una orientación para la dirección de la Facultad de Ciencias Empresariales para que fortalezcan los cursos de Creatividad y

emprendedorismo que se dictan e influya tanto en el comportamiento individual como relacional de los estudiantes. Además, este formará parte de la base de datos de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, y teniendo como propósito de servir como antecedente para el desarrollo de nuevos trabajos de investigación.

### *Social*

En el aspecto social, este trabajo pretende brindar un aporte a los estudiantes universitarios y demás grados interesados en estos temas, ya que gracias a los resultados de la investigación ellos podrán orientarse y corregir los puntos débiles y fortalecer sus características emprendedoras desde una perspectiva psicológica, para que su nivel de emprendimiento sea mejor. Asimismo, estos estudios puedan ser aplicados a las empresas para conocer las características emprendedoras de sus actuales como futuros empleados para poder ser ubicados en el puesto adecuado y potencializar sus capacidades en el rendimiento de la empresa.

### **1.5. Cosmovisión bíblica filosófica**

El ser humano tiene las características emprendedoras personales. Todos quieren ser prósperos; tienen necesidad de logro, de poder y de planificación. Para poder ser exitosos existen distintos tipos de riesgos que se van a tener que sobrepasar. Es por eso que Dios expone en el único libro inspirado por El, la Biblia, diversos pasajes que hacen referencia a características de un emprendedor. En el libro de Lucas (14:28- 32) hace referencia que un emprendedor sabe y tiene claro que el camino no será fácil, que el emprender un proyecto para beneficio tiene un camino de arduo trabajo, que no habrá tiempo de descansar, pero si para planificar, siendo esta una característica fundamental de un emprendedor ya que forma parte del ADN empresarial. Es por eso que la hermana Elena G. de White en su libro Mente, Carácter y personalidad (1, pág. 349) habla de la



planificación como parte del éxito en cualquier actividad, ya que requiere una meta definida. El que desea lograr verdadero éxito en la vida debe mantener constantemente en vista esa meta digna de su esfuerzo.

Por otro lado, en el libro de Proverbios (24:16) se indica que habrá duras pruebas en el camino, siendo Dios un gran ejemplo. El sufrió por nosotros, pero se levantó para darnos a entender, que la vida es muy dura y por más que te golpee una y otra vez no importa, lo que importa es lo duro que resistas y sigas a delante para ser mejor cada día más, ese es el secreto para ser exitosos. El ser hijos de Dios nos hace personas prósperas siendo ejemplo para los demás. En el libro de Deuteronomio (28:13) se hace referencia al ser humano como cabeza y no cola, líder teniendo poder para generar beneficios ya que “el generoso prospera, el que reanima será reanimado” Proverbios (11:25), mas “las manos ociosas conducen a la pobreza; las hábiles atraen riquezas”, Proverbios (10:04).

El poder que todo ser humano necesita viene de lo alto, como así lo indica la Biblia en 2 Corintios (12:10) “por eso me regocijo en debilidades, insultos, privaciones, persecuciones y dificultades que sufro por Cristo; porque cuando soy débil, entonces soy fuerte”. De la misma manera en 2 Timoteo (1:17) se menciona que Dios nos ha dado un espíritu de poder, para ser exitoso día a día. Dios cumple sus promesas siempre y cuando estemos aferrados a El, así lo expresa la Biblia en Isaías 45:3 "Y te daré los tesoros escondidos, y los secretos muy guardados, para que sepas que yo soy Jehová, el Dios de Israel, que te pongo nombre." De la misma manera en, el libro de Proverbios (16:30) indica que debemos depositar toda nuestra confianza de las cosas en las manos de Dios, ya que es El, quien conoce nuestro corazón y hace que nuestros planes se cumplan.

## **Capítulo II**

### **Marco teórico**

Si bien el ecosistema emprendedor peruano tiene una gran brecha por cerrar, cada vez se encuentra más fuerte. A pesar de sus falencias, cada vez se muestra más competitivo a nivel regional, y hay una mayor cantidad de inversionistas extranjeros que muestran interés por proyectos peruanos. Por otra parte, cuando los proyectos vinculados a las ciencias duras lleguen a tomar forma de spin off o startups de manera sistemática, el Perú se volverá una fábrica de tecnología. Existen actores que se deben sumar de manera activa al ecosistema emprendedor para generar mayores sinergias. Según el Banco Mundial (BM), los emprendedores juegan un papel crucial en la transformación de las sociedades de ingresos bajos que tienen como característica una baja productividad y el autoempleo por subsistencia. Sin embargo, un estudio del organismo multilateral considera que el lento crecimiento de este tipo de emprendimientos, en América Latina, tiene que ver mucho con su falta de innovación. Por ello, actualmente, las políticas de apoyo estatal y del sector privado en Latinoamérica están muy enfocadas en sacar adelante a las mejores startups con base tecnológica, considerando que este tipo de emprendimientos tienen un mayor impacto en la economía si los comparamos con aquellos negocios de subsistencia o de bajo nivel de innovación.

El Perú ha pasado del emprendimiento por necesidad al emprendimiento por convicción; ese que se da por pasión, conocimiento y compromiso sincero. El emprendedor hoy en día apuesta por el fortalecimiento de capacidades; ya que está

siempre habido de trabajar con mentores; así como de participar en programas de formación y capacitación. Dado que el tema de financiamiento para Start Ups, en etapa temprana, no es tarea fácil en el Perú, existen plataformas de desarrollo del emprendimiento como "Innovate Perú" que cuenta con una serie de programas para ayudar a personas y empresas con recursos no reembolsables; independientemente de la etapa en que se encuentre su negocio. Por otro lado, cada vez aparecen más incubadoras y aceleradoras y, las existentes, consiguen asesorar cada vez mejor con la experiencia adquirida en el camino.

Por último, el sector privado y público apoya de manera más activa con fondos concursable para obtener capital semilla. Lo que no es necesariamente lo mejor pero son iniciativas que suplen una carencia en la cadena de financiamiento de negocios de alto impacto. También el apoyo de las universidades viene creciendo y partiendo del hecho de que el grupo más competitivo de casas de estudio, a nivel nacional, están elevando sus estándares de calidad y la creación, incubación y aceleración de startups es un factor clave que vienen buscando fortalecer.

## **2.1. Antecedentes de investigación**

Atencio, (2006), en la investigación titulada “Contribución de la Metodología Cefe al Desarrollo de las Capacidades Emprendedoras de los Estudiantes del primer año de la facultad de Ciencias Empresariales de la UPeU”. Tuvo el objetivo determinar en qué medida la aplicación de la Metodología de la competencia de economía a través de la formación emprendedora (CEFE) contribuye en el desarrollo de las capacidades emprendedoras de los alumnos del primer año que participaron en los cursos de Creatividad y Emprendedorismo dictados por la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión en el 2006. Se realizó un análisis de tipo correlacional. Se tomaron como muestra 44 alumnos del primer año de la Facultad de Ciencias

Empresariales, utilizando el cuestionario estandarizado a nivel mundial de la Cooperación Técnica (GTZ). El resultado obtenido fue que existe evidencia que la metodología CEFE influye significativamente en el desarrollo de las capacidades emprendedoras de logro en un 19.16 T pareada, planificación en un 19.07 T pareada y poder de los alumnos del primer año de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión que participaron en los cursos de Creatividad y Emprendedorismo I y II en el 2006, concluyendo que estas influyen en un 23.49 T pareada de manera positiva.

Masgo Torres (2010), en la investigación titulada “Relación entre desempeño docente y el desarrollo de la capacidad emprendedora en el estudiantes de secundaria del Cercado Callao”, tuvo el objetivo de determinar la relación entre desempeño docente del área de educación para el trabajo con el desarrollo de la capacidad emprendedora personal en estudiantes de secundaria del Cercado Callao. Se realizó un análisis descriptivo correlacional se tomaron como muestra de los alumnos de quinto grado de secundaria de las siete instituciones educativas del Cercado Callao, haciendo uso de cuestionarios. El resultado obtenido muestra que el modelo puede tener procesos de mejoramiento, en particular de tipo pedagógico para que pueda ser implementado en otras instituciones educativas y se logren resultados similares teniendo en cuenta los contextos donde sea aplicado. En cuanto la dimension de logro, el 7.5% de los estudiantes ha desarrollado una capacidad muy baja, el 39,2% baja, en la capacidad de planificacion solo el 11.3%, es alto y a la capacidad emprendedora de poder del 8% del total de alumnos 11.5% de alumnos el 53.5% la desarrollo de manera baja; y, finalmente, los componentes de desarrollo de la actitud empresarial desde temprana edad facilitan a los futuros adultos el desarrollo de habilidades para el emprendimiento.

Acuña Salinas (2014) en la investigación titulada “Aplicación de la metodología CEFE como herramienta para el desarrollo de las capacidades empresariales personales a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la UPeU - filial Tarapoto”, tuvo el objetivo de determinar la relación de causalidad que produce la aplicación del método CEFE al concertar la vida económica con las acciones de aprendizaje en la formación de las capacidades emprendedoras de los estudiantes de la UPeU. Se realizó el diseño experimental. La población de estudio estuvo conformado por todos los estudiantes del segundo año, de ambos turnos, de las carreras de Marketing y Negocios Internacionales, y de Contabilidad y Finanzas de la Universidad Peruana Unión – Filial Tarapoto, haciendo uso de cuestionarios. Los resultados corroboraron las diez hipótesis específicas obteniendo resultados que demuestran que los estudiantes al término de la metodología CEFE en la competencias: buscar oportunidades y tener iniciativa ( $t_{tt}=23.36$  con 28 gl), ser persistente ( $t_{tt}=26.05$  con 24 gl), ser fiel al cumplimiento del contrato ( $t_{tt}=98.81$  con 22 gl), exigir eficiencia y calidad ( $t_{tt}=20.77$  con 22 gl), correr riesgos ( $t_{tt}=23.36$  con 28 gl), fijar metas ( $t_{tt}=23.36$  con 28 gl), conseguir información ( $t_{tt}=23.36$  con 28 gl), planificar y hacer seguimiento sistemático ( $t_{tt}=23.36$  con 28 gl), ser persuasivo y crear redes de apoyo ( $t_{tt}=23.36$  con 28 gl), y tener autoconfianza ( $t_{tt}=23.36$  con 28 gl), alcanzaron un mayor nivel de emprendedorismo que al inicio de la metodología.

## **Bases teóricas**

### **2.1.1. Origen**

Un acercamiento a la conceptualización del emprendimiento aborda varios criterios de estudio desde la economía, la psicología, la sociología y la antropología. Siendo la economía en principio quien se encargó de estudiarlo desde un punto de vista puramente económico. Posteriormente, las demás ciencias desarrollaron sus aportes (Guzmán

Vásquez & Trujillo Dávila, 2008). En este sentido, se intenta elaborar un marco conceptual a partir de tres teorías propuestas por Rodríguez y Jiménez (2005) tales como los clásicos, neoclásicos y teoría de la creación de valor; esta última teoría resaltamos Veciana (1999), citado por (Alonso Nuez & Galve Górriz (2008), que desarrolla y cuatro enfoques tales como: (1) económico, (2), gerencial, (3) socio-cultural o institucional y (4) psicológico.

Su origen antecede a la evolución de la economía e inicia durante el siglo VIII. A su vez con el pasar de los años se fue conceptualizando y enriqueciendo con complementos como el riesgo, trabajador superior, sumamente inteligente y la innovación. Así mismo se fueron perfilando las características de un emprendedor como el juicio, la perseverancia, el gran conocimiento del mundo y del negocio. Paralelamente surge el periodo neoclásico, siendo estos los que identifican a dos tipos de empresarios, los tradicionales y los capitalistas. Y por consecuencia se generan distintos tipos de doctrinas y pensamientos enfocados en el crecimiento económico por causa de los distintos tipos de riesgo tomados por los emprendedores.

Según Pereira (2007), citado por Alvarado Muñoz & Rivera Martínez (2011), dijo el inicio del emprendedorismo antecede a la evolución de la economía actual, siendo esta una discusión posterior a la aparición del concepto de emprendedor.

En este sentido Herrera Guerra & Montoya Restrepo (2013) afirman que el inicio de la economía actual tuvo sus orígenes en el siglo VIII, en Francia con su mayor representante Richard Cantillon (1680-1734).

Posteriormente, Herrera Guerra y Montoya Restrepo (2013) indicaron que los clásicos perfeccionaron la definición de este concepto y complementaron los planteamientos con el riesgo, trabajador superior, sumamente inteligente y la innovación. Según Rodríguez Ramírez (2009), Cantillon divide a los productores de la economía del mercado en

“contratados” que reciben un salario de rentas fijas y “emprendedores”, que reciben ganancias variables e inciertas.

Los riesgos que asume el entrepreneur son respaldados por su propia porción de capital, indica Jaques Turgot (1727-1781), citado por Rodríguez Ramírez (2009). Asimismo, J.H. von Thunen (1783-1850), citado por Rodríguez & Jiménez (2005), afirmó que la persona toma decisiones sobre la base de lo complicado del riesgo y del ingenio usado. Para Hoselitz (1960) y Jean Baptiste Say (1767-1832), citado por Rodríguez Ramírez (2009), estipuló que el empresario representaba el catalizador para el desarrollo de productos, lo definía como un “trabajador superior”, dándole un valor subjetivo al empresario. En este sentido, Adam Smith (1723-1790), citado por Rodríguez Ramírez (2009) reconoció a la innovación como un sello de la actividad profesional en el trabajador superior. Que, para Formichella (2004), citado por Herrera Guerra y Montoya Restrepo (2013), Adam Smith identifica al emprendedor como Business Management para hacer referencia a las fuerzas externas. Es decir, los valores como juicio, perseverancia, gran conocimiento del mundo y del negocio, y poseer el arte de la supervisión y la administración son parte del concepto de entrepreneur como trabajador superior, según Tarapuez Chamorro y Botero Villa (2007). Los clásicos evidenciaron a un agente que se encargaba de muchas funciones (Rodríguez & Jiménez, 2005)

Desde estas bases, los neoclásicos aparecieron en el siglo XX. Max Weber, en su ensayo *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, analiza la actuación del emprendedor, según Rodríguez Ramírez (2009). Además de otros autores como Francis Walter, Frederick Hanley, John Bates Clark y Frank Knigth, quienes precedieron de forma alguna el trabajo elaborado por Schumpeter y Kirzner. Según Ferguson (1979), citado por Tarapuez Chamorro & Botero Villa (2007), es en este contexto que se empiezan a desarrollar estudios y teorías más estructuradas sobre la presencia del

empresario; y que es aquel que cumple con la función de coordinar, organizar y supervisar un negocio.

Max Weber (1864-1920) en el mismo ensayo, publicado en 1905, distinguió dos tipos de empresarios: el tradicionalista, que surge en la época mercantilista y el empresario capitalista: el primero condicionado a una forma capitalista sin rasgos necesarios de mentalidad empresarial para desarrollar su actividad de manera acumulada; y el segundo, sujeto con una mentalidad empresarial, una ética, un código de conducta diferente que lo impulsa a la multiplicación de su riqueza, transformando su actividad en un proyecto de vida, guiada por una moral puritana, indican Rodríguez & Jiménez (2005) y Rodríguez Ramírez (2009).

Según Rodríguez y Jiménez (2005), Jackson et al. (2001), en su trabajo *“La saga continua de la investigación sobre el emprendedor”* resume las posiciones de algunos neoclásicos como Alfred Marshall (1842-1924) haciendo eco al aporte de Jean Say en lo referente al trabajador superior; establece también que los emprendedores son líderes por naturaleza y están dispuestos a actuar bajo las condiciones de incertidumbre que causa la ausencia de información (Tarapuez Chamorro & Botero Villa, Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor, 2007). Además, John M. Keynes (1883-1946) acogió la doctrina de trabajador superior, pero desarrolla el concepto original de impulso espontáneo a la acción (Rodríguez Ramírez, 2009).

Otros neoclásicos, como Francis Walter (1840-1897) acentúa los elementos de toma de decisiones y el líder superior; bajo la doctrina de Cantillón, Frederick Hanley (1843-1929) enfatiza la importancia del emprendedor en el crecimiento económico; y John Bates Clark (1847-1938) y Frank Knigh (1885-1972) refutan que el emprendedor es tomador de riesgos, proponiendo la distinción entre los riesgos asegurables y la incertidumbre no asegurable como una teoría de las utilidades que relaciona la



incertidumbre no asegurable con el cambio económico y con las diferencias de capacidad empresarial, contexto en el que los riesgos no tienen importancia si la incertidumbre puede ser asegurada (Rodríguez Ramírez, 2009).

A partir de las teorías clásicas y neoclásicas, los trabajos de Joseph Schumpeter y Israel Kirzner son bastantes reconocidos actualmente cuando se habla de emprendedorismo (Rodríguez & Jiménez, 2005). Joseph Alois Schumpeter (1883-1950), citado por Herrera Guerra & Montoya Restrepo (2013) economista auto-estadounidense, profesor de Harvard, hace referencia por primera vez al término *entrepreneur* para referirse a aquellos individuos emprendedores y empresarios que con sus actividades generan inestabilidad o desequilibrio en los mercados de bienes y servicios, de acuerdo con el concepto de destrucción creativa, que asimismo comenta Rodríguez Ramírez (2009). Más tarde, los trabajos de Schumpeter introdujo la idea de que el emprendedor es un innovador, permitiendo diferenciar el concepto de emprendimiento de los de inversionista y empresario, según Pereira (2007), citado por Alvarado Muñoz y Rivera Martínez (2011).

Sin embargo, Kirzner (1973) criticó la posición de Knight por interpretar que el empresario toma solamente en consideración la asunción de incertidumbre y deja de lado elementos como el estado de alerta, la búsqueda y el descubrimiento según Tarapuez Chamorro, Zapata Erazo, y Agreda Montenegro, Knight (2008). Por ello, Kirzner postuló que son inseparables la competencia y la empresarialidad en tanto que ambos constituyen procesos de rivalidad que caracterizan al proceso de mercado en el que todos los agentes que actúan en él son probables empresarios que prevén oportunidades de negocio, esto es, actúan como especuladores al ponderar circunstancias futuras y, por ello, invariablemente inciertas (Brunet & Alarcón, 2004).

### **2.1.2. Enfoques de las características emprendedoras personales**

A través del tiempo se consideró otros factores sociales, económicos y estructurales como determinantes para la creación de empresas. Dando así la creación en cuatro enfoques: económico, socio-cultural o institucional, gerencial y psicológico.

Gartner (1985), distinguió cuatro perspectivas de análisis o enfoques que inciden en la creación de empresas: (1) los individuos implicados (empresarios); (2) las actividades emprendidas por estos individuos durante el proceso de creación; (3) el entorno que rodea a la nueva empresa; (4) la estructura organizativa y la estrategia de la nueva empresa.

Por otro lado, Gibb (1993) clasificó la literatura económica respecto a cuatro principales enfoques: (1) enfoque de personalidad empresarial, (2) enfoque de desarrollo organizacional, (3) enfoque de gestión empresarial, (4) enfoque sectorial.

Asimismo, Veciana (1999) consideró cuatro enfoques teóricos: (1) económico, (2) socio-cultural o institucional y (3) gerencial y 4) psicológico, relativos a tres niveles de análisis: micro (nivel individual), meso (nivel de empresa) y macro (nivel global de economía).

#### **Enfoque económico**

El enfoque económico describe la relación que tiene el empresario con la economía y su empresa, debido a las funciones que el desempeña para generar mayor productividad. Teniendo en cuenta el riesgo e incertidumbre que este asume.

Según Alonso Nuez & Galve Górriz (2008), distinguieron un enfoque económico, en que se recogen diferentes teorías económicas que explican el fenómeno de la creación de empresas debido a la racionalidad económica a nivel empresario y empresa. Desde el punto de vista del empresario se procura explicar la función que desempeña éste en la economía.

Bajo esta perspectiva, destacan los autores Say (1840), Mill (1848) y Marshall (1890) quieren poner en manifiesto, para esta teoría, las funciones del empresario para aumentar la productividad, considerando al empresario como el cuarto factor de producción, distinto del terrateniente, del trabajador y del capitalista según Martínez Rodríguez (2008). El papel del empresario será el de tomar en arriendo la tierra del terrateniente, las facultades del trabajador y los bienes de capital del capitalista, para combinar u organizar estos tres factores productivos en la agricultura, la industria y el comercio (2008).

Por otra parte, autores como Cantillón (1755), Knight (1921) y Weber (1921) buscaron justificar la función y el beneficio del empresario a partir de la incertidumbre y el riesgo. Posteriormente, Kilhstron y Laffont (1979) y Chamley (1983), apoyándose en las teorías de King (1921), formularon una teoría general de equilibrio, desde la hipótesis de que todas las personas tienen la misma aptitud para dejar de ser salariado y convertirse en empresario, pasando sin dificultad de una situación a otra, se centra en la aversión al riesgo para la creación de nuevas empresas (Martínez Rodríguez, 2008).

### **El enfoque socio-cultural o institucional**

El enfoque socio-cultural o institucional intenta explicar la creación de empresas a partir de factores externos a las mismas o del entorno. Desde esta perspectiva, se verá en sus tres niveles (micro, meso y macro).

Según Rodríguez D. M., (2008), en el primer nivel micro se encuentran teorías dichas por Veciana. La primera de ellas es la teoría de la marginación, en la cual las personas inadaptadas o marginadas son las propensas a ser empresarios. La siguiente es la teoría del rol, consta de zonas o áreas que son más propensas a la creación de empresas en las cuales se brindan facilidades de parte del estado; y por último, la teoría de redes consta

de tener una buena red de relaciones entre clientes, bancos y proveedores quienes crean crear un vínculo con todos.

A nivel meso, se encuentran tres teorías, la teoría de redes que tiene la misma finalidad ya vista anteriormente aumentando así las alianzas y convenios instituciones con otras empresas y el estado. También se ve la teoría de la incubadora, mayormente fomentada en las universidades, centros de investigación y otros que tienen el fin de crear proyectos y generar ideas para creación de nuevas empresas y la formación de empresarios. Por último, la teoría evolucionista que pretender explicar el desarrollo, los cambios de la economía y preparar a las empresas para afrontar los cambios en la economía.

A continuación, el nivel macro que tiene como teoría del desarrollo económico de Weber el cual tiene una visión del capitalismo como racionalidad económica que frena la ambición desmedida en lo económico. Por otra parte, la teoría del cambio social mantiene determinadas características sociales como el grado de movilidad social geográfica. Finalmente la teoría de la ecología poblacional está regida por el entorno que los rodea y los cambios en ella para la creación o perdida de empresas adaptabilidad.

De la misma manera, Crowe (2010) apoyó estas teorías en el nivel micro con la persona socialmente marginada, la existencia de “roles de empresarios” y una red de relaciones sociales y en empresa; esta última teoría también es estudiada a nivel meso, en la cual también encontramos la teoría de la incubadora y evolucionista ya descritos. Para terminar el nivel macro que aporta en el comportamiento del empresario a su vez la teoría del cambio social, la teoría ecológica de las organizaciones, aporta una teoría institucional que se entiende como un factor ideado por el hombre como guía para el comportamiento e interacción entre las personas para la creación de nuevas empresas.

## **Enfoque gerencial**

En el enfoque gerencial se describe mediante tres niveles: micro (nivel individual), meso (nivel de empresa) y macro (nivel global de economía), enmarcadas en la teoría de la Eficiencia –X de Leibenstein, y la teoría del comportamiento del empresario.

Alonso Nues y Galve Gorriz resaltarán mediante la teoría de eficiencia – x y la del comportamiento del empresario, el desempeño del empresario en el proceso de creación de empresas. La primera de ellas es la teoría de eficiencia x de Leibenstein resalta la ineficiencia del uso de los recursos que son utilizados de forma errónea, porque se utilizan absurdamente o en todo caso ni se usan. Crowe (2010) ubicó la teoría en el nivel micro y agrega tareas que debe cumplir el empresario: suplir deficiencias, completar inputs, crear y hacer crecer empresas.

La teoría del comportamiento del empresario según Rodríguez D. M. (2008) tiene por objeto el describir el comportamiento que desarrolla el empresario al momento de crear una empresa como habilidades y aptitudes adquiridas o que se pueden aprender. Por otra parte, Crowe (2010) mencionó para el éxito de una empresa existen variables que son controlables por el empresario, el cual aporta conocimientos útiles para la dirección de una institución o para predecir su fracaso. Por ultimo, señala la diferencia entre el enfoque psicológico que se enfoca en como es el empresario, sus rasgos de personalidad que son difíciles de cambiar.

## **Enfoque psicológico**

En el enfoque psicológico, las teorías que se enmarcan en el mismo son las teorías de los rasgos de personalidad y la teoría de Kirzner, esta última hace referencia al estado permanente de alerta del empresario. Por otro lado, McClelland señala la existencia de tres motivaciones: necesidad de logro, la de afiliación y la de poder.

Según Alonso Nuez y Galve Górriz (2008), Kirzner (1979), hacen su inclusión en el enfoque psicológico tratando de explicar el funcionamiento del mercado a partir de la perspicacia y estado de alerta del empresario que lo distingue del resto de la población; también considera que “la relación entre la consecución del beneficio y alguna habilidad empresarial se explica porque individuos difieren en su habilidad para advertir las oportunidades empresariales”. De la misma manera, Rodríguez y Jiménez (2005) afirmaron que, enriqueció el rol del emprendedor en el logro de la coordinación de mercado y la innovación, la naturaleza del capital y el interés, haciendo énfasis sobre los peligros de una economía regulada y la importancia de la libertad individual para obtener la creatividad que mejora la condición humana. Para Kirzner, el emprendedor debe permanecer alerta a los cambios y condiciones del mercado, anticipándolas de la mejor manera posible.

Para Schiffman y Kanuk (2005), citado por Marulanda Valencia, Montoya Restrepo, y Vélez Restrepo (2014), la teoría de los rasgos de personalidad pueden ser definidas como las características psicológicas internas que establecen y manifiestan la forma en que una persona responde a su entorno. En este sentido, para McClelland (1975), citado por Martínez Rodríguez (2008), estas características son visibles y llevadas a cabo abiertamente por un empleado en su puesto de laboral, calificándolo como un buen profesional.

Hampton, Summer y Webber (1989), citado por Naranjo Pereira (2009), mencionó que, McClelland señala la existencia de tres motivaciones especialmente significativas: la necesidad de logro, la de afiliación y la de poder; predisponiendo a las personas a actuar de maneras que afectan en su desempeño; tratando de satisfacer una necesidad (Robbins 1999), citado por (Pulgarín Molina & Cardona Acevedo, 2011).

### **2.1.3. Constructos**

#### **Variable**

##### **Características emprendedoras personales**

Las características emprendedoras personales pueden ser conceptualizadas como actitudes, competencias, atributos, aptitudes y capacidades.

Según Quintero (2007), citado por Mora Pabón (2011) definió como actitud emprendedora haciendo referencia a una conducta, comprendidas en tres componentes, cognitivo, afectivo y comportamental; bajo el modelo del comportamiento de Ajzaen (1991). Además, Quintero Duque (2007) refirió a la voluntad incesante de empezar y de organizar los recursos disponibles.

Según Yaniz y Villardón (2006), citado por Alda Varas, Villardón Gallego, y Elexpuro Albizuri (2012), las características emprendedoras son competencias que hacen referencia a un conocimiento de aplicación compleja, permitiendo ejercer funciones o tareas de forma adecuada. Asimismo, Correa Correa, Delgado Hurtado, y Conde Cardona (2011) agregaron que las competencias se descubren en la ejecución de una actividad, relacionada con el desempeño laboral; causando un beneficio superior en el trabajo, mencionado por McClelland (1973), citado por Martínez Rodríguez (2008).

Según Orellana Zambrano y Martinez de Lejarza (2013), lo tradujo como atributos emprendedores cuando se habla de cualidades bases para la clasificación u ordenación de características comunes, desde una perspectiva psicológica. Por otro lado, McClelland (1961), Davidsson (1989) y Boydson et al. (2000), citado por Fuentes García y Sánchez Cañizares (2010), dijo que potencializa las características del emprendedor. Asimismo, Gibb (1987), citado por Olivera Rivera y Olmedo Pizarro (2009), agregó los atributos se desarrolla en un contexto empresarial, para referirse al comercio y los negocios.

Por otro lado, Guzmán, Santos y Cumplido (1999), citado por Quintero Duque (2007), conceptualizó como aptitudes emprendedoras a la capacidad de aprender, y que lo diferencia de otros individuos (Martínez Rodríguez, 2008).

Asimismo, Selamé, Ochoa Moreno Kaiser Caldera (1999), se refirió a las capacidades emprendedoras puesto que son desarrollables o se desenvuelven en todas las áreas de la vida, abordando el tema desde una perspectiva multidimensional (Quintero Duque, 2007) y por ende se obtienen ventajas aprovechablemente competitivas.

### **Dimensiones**

Las dimensiones son abordadas desde una perspectiva psicológica sustentadas bajo las investigaciones básicamente de McClelland (1961); y otros que la desarrollaron tales como Collins, Moore y Unwalla (1964), citado por Vargas Martino y Arenas Gómez (2012), que trataron de identificar el actuar del emprendedor partiendo de motivaciones que lo influyen, y por consiguiente el deseo de independencia.

Pulgarín Molina y Cardona Acevedo (2011) menciona que McClelland (1961), citado por Gibson, Ivancevich y Donnelly (1984), presentaron que la motivación es influida por las necesidades de la persona, que son aprendidas de sus progenitores y de su entorno cultural ; en este sentido, Robbins (1999), refirió que es un estudio asociado a la teoría motivacional.

Garzozzi Pincay, Messina Scolaro, Moncada Marino, Ochoa Luna, Pérez, & Zambrano Segura (2014) Mencionaron que David McClelland, psicólogo de la Universidad de Harvard, en un estudio identificó patrones de comportamiento del individuo, que finalmente denominó Características Emprendedoras Personales (CEP). Para Kolshon y Tomecko (1995), citado por Garzozzi et al (2014), estas características empresariales



fueron agrupadas y orientadas al logro, la planificación y al poder. Que serán las dimensiones que desarrollaremos en el estudio de investigación.

### **Necesidad de logro**

Se describe como la necesidad de alcanzar metas u objetivos a través de procesos, en busca de situaciones que satisfagan esta necesidad.

Según McClelland (1961), citado por Quintero Duque (2007), lo describió como una necesidad constante de lograr éxitos, sobrepasando un estándar. Que refiere a un impulso esforzado por sobresalir (Pulgarín Molina & Cardona Acevedo, 2011). Posteriormente, McClelland (1983), citado por Jorge Moreno, Garcia Tabuenca, y Pablo Marti (2012) agregó que esta necesidad es aprendida en un proceso del cual interviene el sistema de valores, la educación, el adiestramiento y la formación específica. En el marco de la formación académica, se ve vista en la perseverancia ante las tareas y la excelencia en las calificaciones (Quintero Duque, 2007).

Asimismo, Kolb, Osland & Rubin (2007), citado por Pulgarín Molina y Cardona Acevedo (2011) refirió que toda persona es responsable de su éxito o fracaso, asumiendo riesgos moderados en situaciones del cual se involucren y puedan desenvolverse para suplir esa necesidad. Ya sea cuando se asume responsabilidades de actuaciones conocidas, o en situaciones de riesgo valorando la dificultad, como también en situaciones de feedback conociendo la evolución de un proceso asumiendo el control y seguimiento del mismo (Jorge Moreno, Garcia Tabuenca, & Pablo Marti, 2012).

### **Necesidad de planificación**

La necesidad de planificación se puede conceptualizar como la necesidad de asociación, motivada por la afiliación y como la habilidad de supervisión.

Según Masgo Torres (2010), la necesidad de planificación como la necesidad de asociación es motivada por la afiliación y posee la necesidad de tener relaciones

amigables que les motive a interactuar con la gente y demás compañeros. Asimismo, Robbins y Decenso (2002), citado por Gallardo Giglio & Espinoza Bedodo (2006), se refieren a la de afiliación, como la tendencia de algunas personas a moverse y tener más vínculos de cooperación y amistad con el resto. Por otro lado, Méndez Benavides (2014) agregó que la necesidad de filiación dirige a sentirse respaldado por la ayuda, respeto y consideración de los demás. Para Romero (1999), citado por Sánchez de Gallardo y Pirela de Faría (2006), la persona altamente asociada a menudo se preocupa y trabaja los problemas y la incidencia que su comportamiento causa sobre los demás, se hace evidente a través de la capacidad de acompañar las experiencias personales.

Según Fandiño Padilla y Bolívar Abello (2008), la necesidad de planificación se refiere a la habilidad de supervisión, priorizando las buenas relaciones ante que a la toma de decisiones, y otorgando importancia al trabajo cooperativo (Pulgarín Molina & Cardona Acevedo, 2011).

### **Necesidad de poder**

La necesidad de poder puede conceptualizarse como la necesidad de influir y como la necesidad de reconocimiento.

Para Pulgarín Molina y Cardona Acevedo (2011), la necesidad de poder hace referencia a la necesidad de influir y liderar a otros. Asimismo, Naranjo Pereira (2009), agregó que este comportamiento persuasivo e inspirador, utilizado positivamente, puede evocar sentimientos de fortaleza y habilidad en otras personas ayudándolas a establecer sus propias metas. Que para Pulgarín Molina y Cardona Acevedo (2011), es el poder socializado, el cual es utilizado para hacer bien a otros.

Según Méndez Benavides (2014), describió la necesidad de poder como una necesidad reconocimiento por el fuerte de mantener sus ideas, de hacerlas prevalecer, de incrementar su poderío y su prestigio. Asimismo, Naranjo Pereira (2009), menciona que

se emplea bastante tiempo y esfuerzo en pensar cómo lograr y ejecutar el poder y la autoridad; para su propio beneficio tanto en honores como monetarios (Fandiño Padilla & Bolívar Abello, 2008).

## **2.2. Marco conceptual o términos**

### **Características emprendedoras**

Las características emprendedoras personales pueden ser conceptualizadas como actitudes a nivel cognitivo, afectivo y comportamental que aluden a la voluntad incesante de empezar y de organizar los recursos disponibles; a la vez son competencias que hacen referencia a un conocimiento de aplicación compleja, descubiertas en la ejecución de una actividad, relacionada con el desempeño laboral, provocando un beneficio superior en el trabajo; en tanto atributos que potencializa las características emprendedoras; además, se entiende como aptitudes que hacen diferencia de otros individuos y capacidades que permiten obtener ventajas aprovechablemente competitivas. Tales características se miden mediante las necesidades de logro, de planificación y de poder.

### **Necesidad de logro**

La necesidad de logro es un deseo constante de lograr éxitos, sobrepasando un estándar, un impulso esforzado por sobresalir; es aprendida en un proceso que interviene el sistema de valores, la educación, el adiestramiento y la formación específica, en el marco de la formación académica implica la excelencia en las calificaciones. Está asociada a las características emprendedoras de búsqueda de oportunidad e iniciativa, persistencia, cumplimiento, eficiencia y calidad, y la disposición de correr riesgos.

### *Necesidad de planificación*

La necesidad de planificación refiere a la necesidad de asociación que es motivada por la afiliación con la necesidad de tener vínculos de cooperación y amistad con el resto, sintiéndose respaldado por la ayuda, el respeto y la consideración de los demás; preocupándose por los problemas y la incidencia que su comportamiento causa sobre los demás. Esta dimensión incorpora las características emprendedoras de búsqueda de información, fijar metas, planificación y seguimiento sistemático.

### **Necesidad de poder**

La necesidad de poder hace referencia a la necesidad de influir y liderar a otros, que utilizado positivamente, puede evocar fortaleza y habilidad en otras personas a establecer sus propias metas, haciendo el bien a otros. Esta dimensión incorpora las características emprendedoras de: persuasión y redes de apoyo, y autoconfianza e independencia.

## **CAPÍTULO III**

### **Metodología de la investigación**

#### **3.1. Tipo de investigación**

Este trabajo de investigación es de nivel descriptivo (Sánchez, H., & Reyes, C., 2000). porque pretende identificar las características que permitan establecer el nivel de emprendimiento en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016.

### **3.2. Diseño de investigación**

Este trabajo está desarrollado bajo un modelo no experimental (Sánchez, H., & Reyes, C., 2000). porque no se manipulará la variable de estudio durante la investigación. Es de corte transaccional o transversal porque se tomarán los datos en un solo momento.

### **3.3. Variable**

#### **3.3.1. Identificación de la variable:**

- Variable principal:

Características Emprendedoras Personales

- Dimensiones:

Necesidad de logro

Necesidad de planificación

Necesidad de poder

### 3.3.2 Operacionalización de variable

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	#	DEFINICIÓN INSTRUMENTAL	Escala	Técnica	Fuente
				Ítems	(Definición Operacional)	(Instrumento)	
<b>Características Emprendedoras Personales (McClelland, 1961)</b>	<b>Necesidad de Logro (Colmenares, Mercedes; Delgado, Flor, 2008)</b>	Búsqueda de oportunidades e iniciativa (López de Toro Rivera, 2014)	1	Me esmero en buscar cosas que necesitan hacerse.	Este indicador será medido según la escala de Likert de tipo dicotómicas 1 = Nunca 2 = Raras veces 3 = Algunas veces 4 = Usualmente 5 = Siempre	Cuestionario de Autoevaluación de las Características Emprendedoras Personales (CEP's)	Estudiante de la Escuela Profesional de Administración
			12	Hago lo que se necesita hacer sin que otros tengan que pedirme que lo haga.			
			23	Me gustan los desafíos y nuevas oportunidades.			
			34	Prefiero desarrollar tareas que domino a la perfección y en las que me siento seguro.			
			45	Me aventuro en hacer cosas nuevas y diferentes de lo que he hecho en el pasado.			
		Correr riesgos (Pabón Mora, 2009)	5	Prefiero situaciones en las que puedo controlar al máximo el resultado.			
			16	Difícilmente me involucro en nada nuevo a menos que tenga la certeza de éxito.			
			27	Tomo en consideración mis posibilidades de éxito o fracaso antes de decidirme a actuar.			
			38	Llevo a cabo tareas arriesgadas.			
			49	Hago cosas que otras personas consideran arriesgadas.			
		Exigir eficiencia y calidad (Issn & Paneque, 2004)	4	Me molesta cuando las cosas no se hacen debidamente.			
			15	Mi rendimiento es mejor que el de otros estudiantes con las que estudio.			
			26	Me molesta cuando pierdo el tiempo.			
			37	Quedo totalmente satisfecho con la forma en que hago las cosas.			
			48	Busco formas para terminar labores en forma rápida, en el colegio tanto como en el hogar.			
		Persistencia (Quintero Duque, 2007)	2	Cuando me enfrento a un problema difícil, invierto gran cantidad de tiempo en encontrarle solución.			
			13	Insisto varias veces para conseguir que otras personas hagan lo que yo quiero.			
			24	Cuando algo se interpone en lo que estoy haciendo persisto en mi propósito.			

		35	Cuando me enfrente a serias dificultades, rápidamente cambio de actividad.				
		46	Trato diversas formas para superar obstáculos que se interponen al logro de mis metas.				
		3	Termino mis tareas a tiempo.				
		14	Cumplo las promesas que hago.				
		25	Si es necesario, no me importa hacer el trabajo de otros, con tal de cumplir con la tarea a tiempo.				
		36	Cuando estoy haciendo una tarea o trabajo para otra persona, me esfuerzo en forma especial por lograr que ésta se sienta satisfecha con el resultado.				
		47	Mi familia y mi vida personal son más importantes para mí que las fechas de entrega de trabajos que yo mismo determino.				
	Necesidad de Planificación (Sánchez de Gallardo, Marhilde; Pirela de Faría, Ligia, 2006)	Búsqueda de Información (Ruiz, Bojica, Albacete, Fuentes, 2004)	7	Cuando comienzo una tarea o un proyecto nuevo consigo toda la información primero.	Este indicador será medido según la escala de Likert de tipo dicotómicas 1 = Nunca 2 = Raras veces 3 = Algunas veces 4 = Usualmente 5 = Siempre	Cuestionario de Autoevaluación de las Características Emprendedoras Personales (CEP's)	Estudiante de la Escuela Profesional de Administración
			18	Busco el consejo de personas que son especialistas en los temas o ramas en que yo me desempeño.			
			29	Actúo sin perder el tiempo en buscar información.			
			40	Cuando llevo a cabo una tarea o trabajo para alguien, hago muchas preguntas para estar seguro que entiendo lo que se quiere.			
			51	Me valgo de varias fuentes de información al buscar ayuda para llevar a cabo mis tareas.			
Fijar metas (Nava Olmos, 2009)		6	Me gusta pensar sobre el futuro.				
		17	Pienso que es pérdida de tiempo preocuparme sobre lo que haré con mi vida.				
		28	Mientras más concretas sean mis expectativas sobre lo que quiero lograr en la vida, mayores serán mis posibilidades de éxito.				
		39	Cuento con un plan claro de mi vida.				
		50	Me preocupa tanto alcanzar mis metas semanales como las anuales.				
Planificación		8	Planteo un proyecto grande dividiéndolo en etapas.				

	sistemática y seguimiento (García Moreno, 2012)	y	19	Considero cuidadosamente las ventajas y desventajas que tiene diferentes alternativas para llevar a cabo una actividad.			
		y	30	Trato de tomar en cuenta todos los problemas que puedan presentarse y anticipo lo que haría si se suscitaran.			
			41	Me enfrento a problemas a medida que surgen, en vez de perder el tiempo prediciendo lo que sucederá en el futuro.			
			52	Si no resulta una alternativa para hacer frente a un problema, busco otra para resolverlo.			
<b>Necesidad de Poder</b> (Nava Olmos, 2009)	Persuasión y redes de apoyo (Quintero Duque, 2007)		9	Logro que otros apoyen mis recomendaciones.	Este indicador será medido según la escala de Likert de tipo dicotómicas 1 = Nunca 2 = Raras veces 3 = Algunas veces 4 = Usualmente 5 = Siempre	Cuestionario de Autoevaluación de las Características Emprendedoras Personales (CEP's)	Estudiante de la Escuela Profesional de Administración
			20	Invierto poco tiempo en pensar cómo puedo influenciar a otras personas.			
			31	Me valgo de personas influyentes para alcanzar mis metas.			
			42	A fin de alcanzar mis metas, busco soluciones que beneficien a todas las personas involucradas en el problema.			
			53	Puedo lograr que las personas con fuertes convicciones y opiniones cambien de modo de pensar.			
	Auto-confianza e independencia (Novales Paredes, 2009)		10	Confío en que puedo tener éxito en cualquier actividad que me propongo realizar.			
			21	Cambio mi forma de pensar si otros difieren enérgicamente de mis puntos de vista.			
			32	Cuando estoy trabajando en algo difícil o desafiante, me siento confiado en mí triunfo.			
			43	El trabajo que entrego es excelente.			
			45	Me aventuro en hacer cosas nuevas y diferentes de lo que he hecho en el pasado.			
<b>Factor de Corrección</b> (Nava Olmos, 2009)			11	Escucho con atención, no importa quién sea mi interlocutor.			
			22	Mis disgusto cuando no logro lo que quiero.			
			33	He sufrido fracasos en el pasado.			
			44	En ciertas ocasiones he sacado ventaja de otras personas.			
			55	Cuando no sé algo, lo admito.			



### 3.4. Población y muestra

#### 3.4.1. Población

El trabajo de investigación contó con una población de 2146 estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016. La población fue tomada de acuerdo a la base de datos del sistema académico de la Universidad peruana Unión.

#### 3.4.2. Muestra

La muestra está conformada por 746 estudiantes, cuya elección se realizó según un muestreo probabilístico, los estudiantes fueron seleccionados al azar por los investigadores. El número de la muestra se eligió en base a la fórmula de tamaño de muestra para poblaciones finitas.

Tabla 1

*Población y Muestra de la Escuelas Profesionales de FCE*

	ADMINISTRACION	MARKETING	CONTABILIDAD	TOTAL	MUESTRA
<b>JULIACA</b>	373	-	510	883	268
<b>LIMA</b>	415	-	294	709	250
<b>TARAPOTO</b>	210	131	213	554	228
<b>SUB TOTAL</b>	998	131	1017		- -
<b>TOTAL</b>				2146	746

Fuente: Elaboración propia.

#### 3.4.3. Técnicas de muestreo

El total de participantes se eligió en base a la siguiente fórmula de tamaño de muestra para poblaciones finitas:

$$n = \frac{NZ^2 pq}{Nd^2 + Z^2 pq}$$

Donde:

N: Población

n: Tamaño de muestra

Z: Confianza

d: Error de muestreo

p: Éxito, probabilidad de ocurrencia

q:  $q = 1 - p$

Reemplazando valores

**Cálculo de población en la filial de Juliaca:**

$$n = \frac{NZ^2 pq}{Nd^2 + Z^2 pq}$$

$$\frac{(883 \times 1.96^2) 0.5 \times 0.5}{(883 \times 0.05^2) + (3.8416^2 \times (0.5 \times 0.5))}$$

$$n = \frac{848.0332}{2.205 + 0.9604}$$

$$n = \frac{848.0332}{3.1654}$$

$$n = 268$$

**Cálculo de población en la sede de Lima:**

$$n = \frac{NZ^2 pq}{Nd^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{(709 \times 1.96^2) 0.5 \times 0.5}{(709 \times 0.05^2) + (3.8416^2 \times (0.5 \times 0.5))}$$

$$n = \frac{680.9236}{1.77+0.9604}$$

$$n = \frac{680.9236}{3.16542.7304}$$

$$n = 249.38$$

### **Cálculo de población en la filial de Tarapoto:**

$$n = \frac{NZ^2 pq}{Nd^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{(554 \times 1.96^2) 0.5 \times 0.5}{(554 \times 0.05^2) + (3.8416^2 \times (0.5 \times 0.5))}$$

$$n = \frac{532.0616}{1.3825 + 0.9604}$$

$$n = \frac{532.0616}{2.3429}$$

$$n = 227.09$$

Asimismo, se eligió este método de selección de participantes por tener el apoyo de la institución y por la facilidad de acceso a la información.

### **3.5. Instrumento**

El Cuestionario de Autoevaluación de la Característica Emprendedora Personal (CEP); incorpora 3 dimensiones, 10 indicadores contenidas en 55 ítems, con una escala de valoración tipo Likert, donde: 1= Nunca, 2= Raras veces, 3= Algunas veces, 4= Usualmente, y 5= Siempre.

El modelo CEFÉ fue desarrollado por la Sociedad Alemana de Cooperación Técnica GTZ. La cual fue desarrollada y aplicada en distintos países del mundo, siendo Uruguay uno de los primeros países de América Latina en iniciar el programa CEFÉ a través del proyecto “Fomento a las pequeñas industrias” en el año 1988.

### **3.5.1. Validación del instrumento**

La validez de los instrumentos, es decir, el grado en que los instrumentos miden las variables que pretenden medir. Se efectuó en este caso, mediante el método de Juicio de Expertos, para lo cual se seleccionó a tres expertos en el tema y proceso de investigación con experiencia. Los jueces que validaron el instrumento fueron los siguientes: Mg. Edwin Cisneros Gonzáles, Mg. Maritza Soledad Arana Rodríguez y Lic. Alcides Alberto Flores Saenz. A quienes se les proporcionó con las formalidades del caso, los instrumentos, las fichas de validación y la matriz de consistencia correspondientes.

De acuerdo a los resultados del coeficiente de Aiken promedio para el cuestionario de autoevaluación de la capacidad emprendedora personal es de 0.90. Lo que permite concluir que el instrumento es válido, según la opinión de los jueces consultados. El nivel de validez en la que se ubica el cuestionario es excelente, lo cual se interpretó como de muy alta aplicabilidad.

### **3.5.2. Confiabilidad del instrumento**

En cuanto a la confiabilidad del instrumento, es decir, al grado en que su aplicación repetida a los mismos sujetos produce similares resultados. Se seleccionó el método estadístico denominado Coeficiente Alfa de Cronbach, que sintetiza e indica el grado de consistencia del instrumento. Se realizó mediante la prueba piloto, siendo que la muestra real será tomada de las estudiantes de la E.P. Administración de la Universidad Peruana Unión. Para la prueba piloto, se recogió datos de 66 alumnos de Administración de la Universidad Cesar Vallejo.

Tabla 2

*Nivel del coeficiente de confiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,922	55

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 2, se muestra el coeficiente de confiabilidad del cuestionario de autoevaluación de las Características Emprendedoras Personales (CEP's) que mide la escala del nivel de emprendimiento de los alumnos de la escuela profesional de Administración de la Universidad Peruana Unión a través de la prueba piloto. Se recogió datos de 66 estudiantes de de Administración de la Universidad César Vallejo y fueron analizados a través del coeficiente de alfa de Cronbach por ser un instrumento que contiene 55 ítemes con respuestas tipo escala de Likert (1-5). El estadístico es de .922, lo cual refleja una consistencia interna aceptable, de alta confiabilidad.

Tabla 3

*Nivel estadístico del total de elementos del instrumento*

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1	193,7879	442,200	,355	,921
P2	193,8788	440,816	,406	,920
P3	193,9545	440,936	,390	,920
P4	193,5909	440,769	,393	,920
P5	193,6667	439,364	,470	,920
P6	193,1970	441,545	,339	,921
P7	193,7273	437,124	,499	,920
P8	193,9394	437,289	,414	,920
P9	193,8788	441,616	,415	,920

P10	193,5909	437,538	,445	,920
P11	193,7424	441,702	,350	,921
P12	193,6818	437,420	,477	,920
P13	194,2424	437,540	,418	,920
P14	193,5606	437,266	,490	,920
P15	194,1364	441,843	,428	,920
P16	194,3030	440,307	,350	,921
P17	195,2727	459,524	-,103	,926
P18	193,8939	436,281	,503	,919
P19	193,7424	446,163	,293	,921
P20	194,2727	441,155	,375	,921
P21	194,4394	450,589	,112	,923
P22	193,8636	437,289	,457	,920
P23	193,5606	437,542	,506	,920
P24	193,6818	438,559	,467	,920
P25	193,9697	444,184	,226	,922
P26	193,6970	434,891	,468	,920
P27	193,8939	444,404	,300	,921
P28	193,5000	443,608	,387	,920
P29	194,1212	434,847	,456	,920
P30	193,9091	433,407	,596	,919
P31	194,0303	436,799	,434	,920
P32	193,9394	431,566	,608	,919
P33	194,1364	449,443	,135	,923
P34	193,6515	443,461	,368	,921
P35	194,2727	448,632	,131	,923

P36	193,6061	437,135	,406	,920
P37	193,6667	441,641	,436	,920
P38	194,2424	435,971	,539	,919
P39	193,8939	432,435	,575	,919
P40	193,7121	435,500	,525	,919
P41	193,9394	439,227	,395	,920
P42	193,7273	435,740	,495	,920
P43	193,8182	447,443	,251	,921
P44	194,1364	438,058	,416	,920
P45	193,7273	438,294	,564	,919
P46	193,7576	432,956	,613	,919
P47	194,1515	441,361	,304	,921
P48	193,7576	439,602	,468	,920
P49	194,0455	433,367	,611	,919
P50	193,6818	442,559	,350	,921
P51	193,6667	435,795	,504	,919
P52	193,7121	436,608	,505	,919
P53	194,0303	439,507	,454	,920
P54	193,6818	436,374	,507	,919
P55	193,6818	438,405	,414	,920

---

Fuente: Elaboración propia.

Asimismo, se observa que en la Tabla 3, que todas las preguntas presentan una correlación por encima del 0.30, excepto el ítem 17 (-.103), 21 (.112), 33 (.135), 35 (.131). Sin embargo, estos ítems no se eliminan porque su comportamiento no afecta significativamente el coeficiente obtenido.

Tabla 4

*Coficiente de confiabilidad alfa de Cronbach para dimensiones analizadas.*

Dimensiones la CEP	Alfa de Cronbach	N° de ítems
Necesidad de Logro	,853	25
Necesidad de Planificación	,765	15
Necesidad de Poder	,691	10
Factor de Corrección	,501	5
<b>Dimensiones de las CEP</b>	<b>,735</b>	<b>55</b>

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 4, nos muestra la correlación de las dimensiones con la variable en un .735, indicando una consistencia interna significativamente alta.

### 3.5.3. Diseño del instrumento de investigación

Se aplicó el Cuestionario de Características Emprendedoras Personales (CEP), un cuestionario de preguntas cerradas que conforman una escala tipo Likert (1 – 5), la cual sirve para medir y calificar la actitud hacia algo. Dicho cuestionario se basa en las investigaciones de David McClelland, acerca del comportamiento emprendedor. Posteriormente, las consultoras MSI y McBer Company, por encargo de la Agencia Norteamericana para el Desarrollo Internacional (USAID), diseñaron un programa basado en 10 características personales asociada al emprendedor exitoso, las que pueden ser reforzadas significativamente a través de un apropiado proceso de entrenamiento y asesoría. El Programa, denominado EMPRETEC, está presente en más de 20 países desde sus inicios en 1988. Promovido desde 1997 en el Perú, inicialmente por la Cooperación Técnica Alemana-GTZ y el ex Ministerio de Industria. Posteriormente, pasa al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo gestionándose en el Programa de Pequeña y Microempresa. En diciembre 2003, después de un proceso de evaluación, se transfiere la gestión al sector privado, eligiéndose a la Universidad de San Martín de Porres y al consorcio de organizaciones privadas de promoción del desarrollo de la



micro y pequeñas empresas (COPEME) la tarea de administrar, plantear y preservar la calidad de Competency based Economies through Formation of Enterprise (CEFE) en el ámbito nacional o regional. Conocida hoy como la Metodología CEFE. Desde 1997 viene aplicándose en la capacitación de diversas organizaciones sociales o empresariales, tanto con empresarios y empresarias de MYPE, como con jóvenes y/o adultos que buscan desarrollar sus competencias emprendedoras y de gestión empresarial. Metodología ampliamente conocida en el nivel internacional: <http://www.cefe.net>. Conocida hoy como la Metodología CEFE, que incorpora 3 dimensiones, 10 sub dimensiones, 31 indicadores contenidas en 55 ítems, con una escala de valoración tipo Likert, donde: 1= Nunca, 2= Raras veces, 3= Algunas veces, 4= Usualmente, y 5= Siempre.

### **3.6. Plan del procesamiento de datos**

#### **3.6.1. Técnicas de recolección de datos**

Se buscará la información por medio de la aplicación del cuestionario de Autoevaluación de las Características Emprendedoras Personales a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016.

#### **3.6.2. Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos**

Para analizar los resultados se emplearon métodos de estadística descriptiva, utilizando el programa computacional Excel, con esta herramienta se construyó una base de datos con la información extraída de los distintos encuestados y el SPSS para procesamiento para la data.

Para la tabulación de los distintos perfiles se construyó una base de datos con la información extraída tanto de la encuesta como del cuestionario, para éste último se consideró una escala tipo Likert, que consiste en un conjunto de afirmaciones ante las cuales el encuestado debe elegir uno de los cinco puntos de la escala. Esta escala va desde 1 a 5, con los siguientes eslabones descriptores: 1= Nunca, 2= Raras veces, 3= Algunas veces, 4= Usualmente, y 5= Siempre.

Las 55 afirmaciones se ordenan de acuerdo a las 10 características que mide este instrumento, las cuales posteriormente se agruparon de acuerdo a las tres necesidades básicas descritas anteriormente.

### 3.6.3. Escala de medición del instrumento

Las características emprendedoras personales son de tipo cualitativo, ordinal: (baremos internos)

$$A = \frac{\text{valormáx} - \text{valormin}}{3}$$

Reemplazando los valores correspondientes se obtiene:

$$A = \frac{275 - 55}{3}$$

$$A = 74$$

Tabla 5  
*Nivel y rango de la capacidad emprendedora personal*

Nivel y rangos	Inferior
Bajo	55
Medio	129
Alto	203

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 5, se identifica los niveles y rangos respectivos elaborados en base a la definición de la capacidad emprendedora personal asumidas a la investigación.

Baja: Presenta en forma aislada algunas cualidades y comportamientos emprendedores.

No da garantía de logro en sus proyectos. Es recomendable que trabaje fuertemente en un plan de superación personal con apoyo externo.

Media: Presenta sólo algunas cualidades y comportamientos emprendedores, en algunas áreas alto y en otro bajo. Requiere de apoyo sistemático y seguimiento para superar sus debilidades y tener mayor efectividad en sus acciones.

Alta: Marcado por una estructura estable de cualidades y comportamientos emprendedores que lo habilita para sustentar exitosamente un proyecto con mínimo apoyo.

## CAPÍTULO IV

### Resultados y discusión

#### 4.1. Resultados

Los resultados de la investigación se presentan de acuerdo al análisis realizado mediante el uso de estadística descriptiva e inferencial. El análisis descriptivo ha permitido establecer información sobre las características demográficas de los participantes (muestra) y la elaboración de los niveles de percepción sobre las variables de estudio. Mediante el análisis inferencial, se realizó la prueba por cada dimensión a través de sus indicadores.

#### *Características demográficas*

Tabla 6

*Características sociodemográficas de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016*

		Frecuencia	Porcentaje
Género	Masculino	297	39,8%
	Femenino	449	60,2%
Edad	De 18 años a menos	297	39,8%
	De 19 a 22 años	387	51,9%
	De 23 años a más	62	8,3%
Nacionalidad	Peruana	733	98,3%
	Extranjera	13	1,7%
	Costa	225	30,2%
Procedencia	Sierra	315	42,2%
	Selva	206	27,6%

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 6 muestra las características demográficas de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016: género, edad, nacionalidad y procedencia.

Según el género, se muestra que el 60% de encuestados es femenino y el 39.8% es masculino. Así mismo, la edad en la que fluctúan los estudiantes con mayor porcentaje se encuentra entre los 19 a 22 años con 51.9% y el menor entre unos 23 años a más con un 8.3%. Por otro lado, encontramos que la nacionalidad de los estudiantes con mayor porcentaje es peruana con un 98.3% y extranjera con un 1.7%. Así también, se puede observar que la procedencia de los estudiantes con mayor porcentaje es de la sierra con un 42.2%.

### ***Características académicas***

**Tabla 7**

*Características académicas de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016*

		Frecuencia	Porcentaje
Sede	Lima	250	33,5%
	Tarapoto	228	30,6%
	Juliaca	268	35,9%
Carrera	Administración	319	42,8%
	Contabilidad	365	48,9%
	Marketing	62	8,3%
Ciclo	1	266	35,7%
	3	131	17,6%
	5	109	14,6%
	7	103	13,8%
	9	137	18,4%

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 7 muestra las características académicas: sede, carrera profesional y ciclo de estudio de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016.

Se observa que el 35.9% representa el mayor porcentaje de los encuestados pertenecen a la sede Juliaca. Asimismo, la carrera con mayor cantidad de encuestados es contabilidad con un 48.9% seguido por administración y marketing. En cuanto al ciclo

de estudio, el 35.7% de los estudiantes son del primero; el 18,4% al noveno ciclo; y como minoría se observa que el 13.8% pertenecen al séptimo ciclo.

### ***Influencia familiar para la elección de carrera y preferencia de ejercicio laboral***

**Tabla 8**

*Influencia familiar y preferencia laboral de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016*

		Frecuencia	Porcentaje
Padres empresarios	Ninguno	<b>421</b>	<b>56,4%</b>
	Padre	<b>105</b>	<b>14,1%</b>
	Madre	<b>78</b>	<b>10,5%</b>
	Ambos	<b>142</b>	<b>19,0%</b>
	Total	<b>746</b>	<b>100,0%</b>
Influencia familiar en la elección de carrera	Padre	<b>290</b>	<b>38,9%</b>
	Madre	<b>229</b>	<b>30,7%</b>
	Hermano/a	<b>67</b>	<b>9,0%</b>
	Otro Familiar	<b>51</b>	<b>6,8%</b>
	Profesor	<b>12</b>	<b>1,6%</b>
	Amigo	<b>16</b>	<b>2,1%</b>
Otros familiares con negocio	Otro	<b>81</b>	<b>10,9%</b>
	Total	<b>746</b>	<b>100,0%</b>
	Si	<b>449</b>	<b>60,2%</b>
	No	<b>297</b>	<b>39,8%</b>
	Total	<b>746</b>	<b>100,0%</b>
	Mi empresa	<b>431</b>	<b>57,8%</b>
Preferencia de ejercicio profesional	Una MYPE	<b>26</b>	<b>3,5%</b>
	Una gran empresa	<b>257</b>	<b>34,5%</b>
	Administración Pública	<b>32</b>	<b>4,3%</b>
	Total	<b>746</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 8 muestra la influencia familiar y preferencia laboral de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016: padres empresarios, modelo a seguir, otros familiares tienen negocio propio, preferencia de ejercicio profesional.

Del total de encuestados un 56.4% de ellos no tiene padres empresarios, seguido por un 14.1% que tiene a su padre empresario y un 10.5% tiene a su madre empresaria. Asimismo, el modelo a seguir con un 30.7% es la madre, antecedido por el padre con un porcentaje de 38.9%.

### ***Características emprendedoras según sede***

Tabla 9

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales, sede Lima*

Características emprendedoras	Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	17,19
Ser persistente	17,11
Ser fiel al cumplimiento del trabajo.	16,41
Exigir eficiencia y calidad.	16,24
Correr riesgos	16,21
Fijar metas	16,12
Conseguir información	16,48
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,98
Ser persuasivo y crear redes de apoyo.	15,62
Tener autoconfianza	16,41

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 9 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según sede de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de Lima de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

Los estudiantes de la sede, Lima obtuvieron una puntuación en los indicadores de búsqueda de oportunidades e iniciativa (17.19), ser persistente (17.11), ser fiel al cumplimiento del trabajo (16.41), exigir eficiencia y calidad (16.24), correr riesgos (16.21), fijar metas (16.12), conseguir información (16.48), planificar y hacer seguimiento sistemático (16.98), ser persuasivo y crear redes de apoyo (15.62), tener autoconfianza (16.41).

Tabla 10

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales, sede Tarapoto*

Características emprendedoras	Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	17,14
Ser persistente	16,96
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	15,94
Exigir eficiencia y calidad	15,78
Correr riesgos	15,75
Fijar metas	15,37
Conseguir información	16,32
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,41
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	15,21
Tener autoconfianza	16,21

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 10 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según sede de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de Tarapoto de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

Los estudiantes de la sede Tarapoto obtuvieron una puntuación en los indicadores de búsqueda de oportunidades e iniciativa (17.14), ser persistente (16.96), ser fiel al cumplimiento del trabajo (16.41), exigir eficiencia y calidad (15.94), correr riesgos(15.75), fijar metas (15.37), conseguir información (16.32), planificar y hacer seguimiento sistemático (16.41), ser persuasivo y crear redes de apoyo (15.21), tener autoconfianza (16.21).

Tabla 11

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales, sede Juliaca*

Características emprendedoras	Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	17,04
Ser persistente	16,83
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	16,32
Exigir eficiencia y calidad	16,10
Correr riesgos	16,17
Fijar metas	15,76
Conseguir información	16,88
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,68



Ser persuasivo y crear redes de apoyo	15,29
Tener autoconfianza	16,71

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 11 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según sede de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de Juliaca de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

Los estudiantes de la sede Juliaca obtuvieron una puntuación en los indicadores de búsqueda de oportunidades e iniciativa (17.04), ser persistente (16.83), ser fiel al cumplimiento del trabajo (16.32), exigir eficiencia y calidad (16.10), correr riesgos(16.17), fijar metas (15.76), conseguir información (16.88), planificar y hacer seguimiento sistemático (16.68), ser persuasivo y crear redes de apoyo (15.29), tener autoconfianza (16.71).

### **Características emprendedoras según carrera y sede**

Tabla 12

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según carreras, sede Lima.*

	Carrera	
	Administración	Contabilidad
	Media	Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	17,52	16,84
Ser persistente	17,24	16,97
Ser fiel al cumplimiento del trabajo.	16,57	16,25
Exigir eficiencia y calidad.	16,26	16,21
Correr riesgos	16,37	16,04
Fijar metas	16,41	15,82
Conseguir información	16,70	16,25
Planificar y hacer seguimiento sistemático	17,22	16,73
Ser persuasivo y crear redes de apoyo.	15,78	15,45
Tener autoconfianza	16,71	16,10

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 12 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según carreras de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de Lima de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

Se puede observar que los indicadores con mayor puntuación pertenecen a la carrea de administración: búsqueda de oportunidad e iniciativa (17.19), ser persistentes (17.24), al cumplimiento a su trabajo (16.57), exigir eficiencia y calidad (16.26), el correr riesgos (16.37), fijar metas (16.41), conseguir información (16.70), planificar y hacer seguimiento sistemático (17.22), ser persuasivo y crear redes de apoyo (15.78), tener autoconfianza (16.71).

Tabla 13

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según carreras, sede Tarapoto*

	Carrera Administración Media	Contabilidad Media	Marketing Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	17,15	17,28	16,94
Ser persistente	17,07	17,07	16,68
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	15,78	16,19	15,81
Exigir eficiencia y calidad	16,07	15,49	15,77
Correr riesgos	16,11	15,80	15,21
Fijar metas	15,25	15,62	15,18
Conseguir información	16,12	16,31	16,58
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,35	16,42	16,47
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	14,91	15,25	15,56
Tener autoconfianza	16,11	16,40	16,10

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 13 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según carreras de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la filial de Tarapoto de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

Se puede observar que los indicadores con mayor puntuación pertenecen a la carrea de contabilidad, ya que la búsqueda de oportunidad e iniciativa presentan un 17.28, ser

persistentes (17.07), ser fieles al cumplimiento a su trabajo (16.19), fijar metas (15.62), tener autoconfianza(16.40). La carrera de marketing tiene tres indicadores, conseguir información al (16.70), planificar y hacer seguimiento sistemático (17.22), ser persuasivo y crear redes de apoyo (15.78). Y en la carrera de administración solo obtuvo dos indicadores con mayor puntuación: exigir eficiencia y calidad (16.26) y el correr riesgos con un 16.37.

Tabla 14

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según carreras, sede Juliaca*

	Carrera Administración Media	Contabilidad Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	16,96	17,10
Ser persistente	16,54	17,03
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	16,11	16,47
Exigir eficiencia y calidad.	16,01	16,16
Correr riesgos	16,18	16,16
Fijar metas	15,35	16,04
Conseguir información	16,81	16,94
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,56	16,77
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	14,86	15,59
Tener autoconfianza	16,56	16,82

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 14 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según carreras de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la filial de Juliaca de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

Se puede observar que los indicadores con mayor porcentaje pertenecen a la carrea de contabilidad, búsqueda de oportunidad e iniciativa (17.10), ser persistentes (17.03), ser fiel al cumplimiento a su trabajo (16.47), exigir eficiencia y calidad (16.16), fijar metas (16.04), conseguir información (16.94), planificar y hacer seguimiento sistemático(16.77), ser persuasivo y crear redes de apoyo (15.59), tener autoconfianza(16.82). Y la carrera de administración presenta el indicador de correr riesgos con un (16.37).

### *Características emprendedoras según edad y sede*

Tabla 15

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según edades, sede Lima*

	Edad		
	De 18 años a menos	De 19 a 22 años	De 23 años a más
	Media	Media	Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	17,19	17,15	17,39
Ser persistente	17,38	17,05	16,88
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	16,31	16,39	16,70
Exigir eficiencia y calidad	16,11	16,25	16,42
Correr riesgos	16,30	16,19	16,12
Fijar metas	16,06	16,08	16,42
Conseguir información	16,50	16,46	16,55
Planificar y hacer seguimiento sistemático	17,09	16,88	17,21
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	15,16	15,73	16,00
Tener autoconfianza	16,22	16,48	16,45

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 15 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según edades de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de Lima de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

Se puede observar que los indicadores con mayor puntuación pertenecen al intervalo de 23 años a más, ya que la búsqueda de oportunidades e iniciativa tiene un 17.39, Ser fiel al cumplimiento del trabajo (16.70), exigir eficiencia y calidad (16.42), fijar metas (16.42), conseguir información (16.55), planificar y hacer seguimiento sistemático (17.21), Ser persuasivo y crear redes de apoyo (16.00). Seguido por el intervalo de 18 años a menos que obtuvo un (17.38) en ser persistente y un (16.30). Y en el intervalo de 19 a 22 años el indicador tener autoconfianza presento (16.48).

Tabla 16

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según edades, sede Tarapoto*

	Edad		
	De 18 años a menos	De 19 a 22 años	De 23 años a más
	Media	Media	Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	16,90	17,47	16,94
Ser persistente	16,88	17,17	16,41
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	15,72	16,28	15,53
Exigir eficiencia y calidad	15,59	15,96	16,06
Correr riesgos	15,55	15,96	15,94
Fijar metas	15,24	15,44	15,82
Conseguir información	15,97	16,72	16,41
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,30	16,61	16,00
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	14,85	15,71	14,94
Tener autoconfianza	16,02	16,58	15,53

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 16 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según edades de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la filial de Tarapoto de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

Se puede observar que los indicadores con mayor puntuación pertenecen al intervalo de 19 a 22 años, ya que la búsqueda de oportunidades e iniciativa tiene un 17.47, ser persistente (17.17), ser fiel al cumplimiento del trabajo (16.28), exigir eficiencia y calidad (15.96), correr riesgos (15.96), conseguir información (16.72), planificar y hacer seguimiento sistemático (16.61), ser persuasivo y crear redes de apoyo (15.71) y tener autoconfianza obtuvo un (16.58). Y en el intervalo de 23 años a mas el indicador fijar metas presentó un 15.82.

Tabla 17

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según edades, sede Juliaca*

	Edad		
	De 18 años a menos	De 19 a 22 años	De 23 años a más
	Media	Media	Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	16,64	17,44	16,42

Ser persistente	16,34	17,35	15,58
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	16,37	16,37	15,25
Exigir eficiencia y calidad	15,75	16,46	15,25
Correr riesgos	16,15	16,26	15,33
Fijar metas	15,60	16,01	14,42
Conseguir información	16,79	17,10	15,33
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,44	16,94	16,08
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	14,98	15,58	15,00
Tener autoconfianza	16,68	16,86	15,33

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 17 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según edades de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la filial de Juliaca de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

Se puede observar que los indicadores con mayor puntuación pertenecen al intervalo de 19 a 22 años, ya que su búsqueda de oportunidad e iniciativa (17.44), ser persistente (17.35) ser fiel al cumplimiento del trabajo (16.37), exigir eficiencia y calidad (16.46), correr riesgos (16.26), fijar metas (16.01), conseguir información (17.10), planificar y hacer seguimiento sistemático (16.94), ser persuasivo y crear redes de apoyo (15.58), tener autoconfianza (16.86).

### **Características emprendedoras según procedencia y sede**

Tabla 18

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según procedencia, sede Lima*

	Procedencia		
	Costa Media	Sierra Media	Selva Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	17,11	17,40	17,21
Ser persistente	17,14	16,91	17,24
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	16,44	16,44	16,29
Exigir eficiencia y calidad	16,43	16,25	15,50
Correr riesgos	16,26	16,00	16,29
Fijar metas	16,16	16,20	15,86
Conseguir información	16,75	16,11	16,00
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,96	17,11	16,88
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	15,60	15,65	15,64
Tener autoconfianza	16,33	16,65	16,38

La Tabla 18 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según la procedencia de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de Lima de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

Los estudiantes que provienen de la región de la sierra presentaron las siguientes puntuaciones Búsqueda de oportunidades e iniciativa (17.40), fijar metas (16.20), planificar y hacer seguimiento sistemático (17.11), ser persuasivo y crear redes de apoyo (15.65). Así mismo, los estudiantes de la costa y sierra presentan una igualdad en el indicador de ser fiel al cumplimiento del trabajo (16.44) y por otro lado, exigir eficiencia y calidad (16.43), juntamente con conseguir información (16.75) pertenecen a los de la costa. Sin embargo, los indicadores de ser persistentes (17.24) y correr riesgos (16.29) pertenecen a los estudiantes que procedencia en la región de la Selva.

Tabla 19

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según procedencia, sede Tarapoto*

	Procedencia		
	Costa Media	Sierra Media	Selva Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	17,07	17,43	17,08
Ser persistente	17,63	17,75	16,56
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	15,85	15,93	15,97
Exigir eficiencia y calidad	15,61	16,17	15,71
Correr riesgos	15,41	15,88	15,81
Fijar metas	14,93	15,73	15,39
Conseguir información	15,90	16,13	16,48
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,54	16,18	16,44
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	15,05	15,48	15,19
Tener autoconfianza	15,78	16,05	16,38

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 19 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según la procedencia de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la filial de Tarapoto de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

Los estudiantes que provienen de la región de la sierra presentaron las siguientes puntuaciones: búsqueda de oportunidades e iniciativa (17.43), ser persistente (17.75), exigir eficiencia y calidad (16.17), correr riesgos (15.88), fijar metas (15.73), ser persuasivo y crear redes de apoyo (15.48). Los estudiantes procedentes de la selva obtuvieron tres indicadores con mayor porcentaje los cuales son: ser fiel al cumplimiento del trabajo (15.97), conseguir información (16.48) y tener auto confianza (16.38). Y por último, el indicador de planificar y hacer seguimiento sistemático pertenece a los estudiantes que son de la costa.

Tabla 20

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según procedencia, sede Juliaca.*

	Procedencia		
	Costa Media	Sierra Media	Selva Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	16,84	17,10	16,71
Ser persistente	17,16	16,90	15,29
Ser fiel al cumplimiento del trabajo.	16,45	16,37	15,47
Exigir eficiencia y calidad.	16,52	16,10	15,24
Correr riesgos	16,26	16,22	15,35
Fijar metas	15,74	15,78	15,53
Conseguir información	16,94	16,92	16,35
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,87	16,72	15,88
Ser persuasivo y crear redes de apoyo.	15,77	15,30	14,29
Tener autoconfianza	16,52	16,78	16,24

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 20 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según la procedencia de los estudiantes de la Facultad de Ciencias



Empresariales en la filial de Juliaca de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

Los estudiantes de procedencia de la costa son persistentes (17.16), fieles al cumplimiento del trabajo (16.45), exigir eficiencia y calidad (16.52%), correr riesgos (16.26), conseguir información (16.94), planificar y hacer seguimiento sistemático (16.87), ser persuasivo y crear redes de apoyo (15.77). Por otro lado, los de la región de la sierra tienen mayor búsqueda de oportunidades e iniciativa (17.10), juntamente con fijar metas (15.78) y tener autoconfianza (16.78).

### **Características emprendedoras según género y sede**

Tabla 21

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según género, sede Lima*

	Género Masculino Media	Femenino Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	16,94	17,36
Ser persistente	16,78	17,33
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	16,48	16,37
Exigir eficiencia y calidad	16,18	16,28
Correr riesgos	16,44	16,05
Fijar metas	16,19	16,07
Conseguir información	16,32	16,60
Planificar y hacer seguimiento sistemático	17,04	16,94
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	15,72	15,55
Tener autoconfianza	16,61	16,28

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 21 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según género de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de Lima de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

El género femenino tiene mayor puntuación en los indicadores de búsqueda de oportunidades e iniciativa (17.36), ser persistente (17.33), exigir eficiencia y calidad (16.28), conseguir información (16.60). Y el género masculino presenta un mayor porcentaje en los indicadores de ser fiel al cumplimiento del trabajo (16.48), correr

riesgos (16.44), fijar metas (16.19), planificar y hacer seguimiento sistemático (17.04), ser persuasivo y crear redes de apoyo (15.72), tener autoconfianza (16.61).

Tabla 22

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según género, sede Tarapoto*

	Género	
	Masculino Media	Femenino Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	17,06	17,20
Ser persistente	17,50	16,58
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	15,92	15,95
Exigir eficiencia y calidad	15,75	15,80
Correr riesgos	16,47	15,23
Fijar metas	15,89	14,99
Conseguir información	16,44	16,23
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,59	16,27
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	15,53	14,98
Tener autoconfianza	16,40	16,08

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 22 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según género de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la filial de Tarapoto de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

El género femenino tiene mayor puntuación en los indicadores de búsqueda de oportunidades e iniciativa (17.20), ser persistente (16.58), ser fiel al cumplimiento del trabajo (15.95), exigir eficiencia y calidad (15.80). Y el género masculino presenta un mayor porcentaje en los indicadores de correr riesgos (16.47), fijar metas (15.89), conseguir información (16.44) planificar y hacer seguimiento sistemático (16.59), ser persuasivo y crear redes de apoyo (15.53), tener autoconfianza (16.40).

Tabla 23

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según género, sede Juliaca*

	Género	
	Masculino Media	Femenino Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	17,31	16,89
Ser persistente	16,72	16,89
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	16,71	16,09

Exigir eficiencia y calidad	16,21	16,03
Correr riesgos	16,13	16,20
Fijar metas	15,78	15,74
Conseguir información	17,25	16,67
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,64	16,71
Ser persuasivo y crear redes de apoyo.	15,36	15,26
Tener autoconfianza	16,94	16,58

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 23 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según género de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la filial de Juliaca de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

El género femenino tiene mayor puntaje en los indicadores de ser persistente (16.89), correr riesgos (16.20), planificar y hacer seguimiento sistemático (16.71). Y el género masculino tiene mayor porcentaje en los indicadores de ser fiel al cumplimiento del trabajo (16.71), exigir eficiencia y calidad (16.21), fijar metas (15.78), conseguir información (17.25), ser persuasivo y crear redes de apoyo (15.36) tener autoconfianza (16.94).

### **Características emprendedoras según ciclo académico y sede**

Tabla 24

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según ciclo, sede Lima*

	Ciclo				
	1	3	5	7	9
	Media	Media	Media	Media	Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	16,75	17,00	17,40	18,65	16,98
Ser persistente	17,08	16,93	17,32	17,30	16,98
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	15,77	16,13	16,73	17,13	16,48
Exigir eficiencia y calidad	16,08	15,27	16,49	16,39	16,45
Correr riesgos	15,87	16,43	16,22	16,35	16,29
Fijar metas	15,87	15,83	16,35	16,65	16,06
Conseguir información	16,27	16,33	16,62	17,04	16,41
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,65	17,30	16,94	17,48	16,96
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	14,79	15,07	15,94	16,43	15,88
Tener autoconfianza	15,67	16,43	16,62	17,17	16,50

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 24 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según ciclo de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de Lima de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

El ciclo 3 obtuvo mayor puntuación en el indicador de correr riesgos (16.43), el ciclo 5 obtuvo mayor puntuación en el indicador de ser persistente (17.32) y exigir eficiencia y calidad (16.49). El ciclo 7 fue el que obtuvo indicadores con mayor puntuaciones que son: búsqueda de oportunidad (18.65), ser fiel al cumplimiento del trabajo (17.13), fijar metas (16.65), conseguir información (17.04), planificar y hacer seguimiento sistemático (17.48), ser persuasivo y crear redes de apoyo (16.43), tener auto confianza (17.17).

Tabla 25

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según ciclo, sede Tarapoto*

	Ciclo				
	1	3	5	7	9
	Media	Media	Media	Media	Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	16,92	17,10	18,17	17,55	17,03
Ser persistente	16,86	17,50	17,62	16,55	16,84
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	15,85	15,70	16,00	15,60	16,50
Exigir eficiencia y calidad	15,45	16,65	16,00	15,70	16,29
Correr riesgos	15,58	16,15	16,17	15,05	16,21
Fijar metas	15,31	15,35	15,21	15,65	15,53
Conseguir información	16,16	16,10	16,25	17,30	16,47
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,37	16,25	16,54	16,25	16,61
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	14,88	14,85	15,62	15,65	16,03
Tener autoconfianza	16,06	16,20	17,25	16,25	16,08

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 25 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según ciclo de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de Tarapoto de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

El ciclo 3 obtuvo mayor puntuación en el indicador de exigir eficiencia y calidad (16.65). El ciclo 5 obtuvo mayor puntuación en los indicadores de búsqueda de

oportunidades e iniciativa (18.17), ser persistente (17.62) y tener autoconfianza (17.25). El ciclo 7 obtuvo mayor puntaje en el indicador de fijar metas (15.65) y conseguir información (17.30). El ciclo 9 fue el que obtuvo indicadores con mayor puntuación que son: ser fiel al cumplimiento del trabajo (16.50), correr riesgos (16.21), planificar y hacer seguimiento sistemático (16.61), ser persuasivo y crear redes de apoyo (16.03).

Tabla 26

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según ciclo, sede Juliaca*

	Ciclo				
	1	3	5	7	9
	Media	Media	Media	Media	Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	16,75	16,53	18,27	17,58	17,53
Ser persistente	16,48	16,33	18,41	17,25	17,47
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	16,34	16,01	16,68	16,53	16,47
Exigir eficiencia y calidad	15,91	15,65	16,64	16,50	17,06
Correr riesgos	16,23	16,09	16,23	16,12	16,41
Fijar metas	15,26	16,05	16,23	15,90	15,82
Conseguir información	16,83	16,81	17,27	16,70	17,65
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,51	16,20	18,09	16,65	18,18
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	14,59	15,09	16,73	15,78	16,35
Tener autoconfianza	16,58	16,72	16,95	16,75	16,94

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 26 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según ciclo de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de Juliaca de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

El ciclo 5 obtuvo mayor puntuaciones en los indicadores de búsqueda de oportunidades e iniciativa (18.27), ser persistente (18.41), ser fiel al cumplimiento del trabajo (16.68), fijar metas (16.23), ser persuasivo y crear redes de apoyo (16.73), tener autoconfianza (16.95). Y el ciclo 9 solo pudo obtener mayor puntaje a diferencia de los demás en los indicadores de : exigir eficiencia y calidad (17.06), correr riesgos (16.41), conseguir información (17.65), planificar y hacer seguimiento sistemático (18.18).

## Características emprendedoras según padres empresarios de carrera y sede

Tabla 27

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según padres empresarios, sede Lima.*

	Padres empresarios			
	Ninguno Media	Padre Media	Madre Media	Ambos Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	17,36	16,68	17,33	16,95
Ser persistente	17,30	16,70	17,31	16,59
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	16,53	16,14	16,52	16,14
Exigir eficiencia y calidad	16,34	16,22	16,21	15,92
Correr riesgos	16,10	16,05	16,79	16,08
Fijar metas	16,15	16,16	16,21	15,86
Conseguir información	16,33	16,51	16,48	17,03
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,96	16,24	17,12	17,62
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	15,56	15,95	15,88	15,22
Tener autoconfianza	16,37	16,43	16,88	16,03

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 27 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según influencia de padres empresarios de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de Lima de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

Los alumnos que no tuvieron influencia presentaron un mayor puntaje en los indicadores de búsqueda de oportunidades e iniciativa (17.36), ser fiel al cumplimiento del trabajo (16.53), exigir eficiencia y calidad (16.34). Los alumnos que tuvieron influencia por su padre presentaron un mayor puntaje en los indicadores de conseguir información (16.51) y ser persuasivo y crear redes de apoyo. Los alumnos que tuvieron influencia por la madre presentan un puntaje mayor en los indicadores de ser persistente (17,31), correr riesgos (16,79), fijar metas (16.21), tener autoconfianza (16,88). Y los alumnos que tuvieron influencia por ambos obtuvieron un mayor puntaje en el indicador de planificar y hacer seguimiento sistemático (17.62).

Tabla 28

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según padres empresarios, sede Tarapoto*

	Padres empresarios			
	Ninguno Media	Padre Media	Madre Media	Ambos Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	17,37	16,50	16,31	17,27
Ser persistente	17,19	16,65	16,15	16,78
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	16,17	15,70	15,46	15,56
Exigir eficiencia y calidad	15,92	15,68	15,92	15,37
Correr riesgos	15,95	15,57	15,77	15,27
Fijar metas	15,49	15,08	15,38	15,27
Conseguir información	16,43	15,85	16,62	16,29
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,51	16,27	15,92	16,34
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	15,30	15,20	14,62	15,15
Tener autoconfianza	16,33	15,67	15,92	16,46

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 28 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según influencia de padres empresarios de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la filial de Tarapoto de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

Los alumnos que no tuvieron influencia presentaron un mayor puntaje en los indicadores de búsqueda de oportunidades e iniciativa (17.37), ser persistentes con (17.19), ser fiel al cumplimiento del trabajo (16.17), exigir eficiencia y calidad (15.92), correr riesgos (15.95), fijar metas (15.49), planificar y hacer seguimiento sistemático(16.51), ser persuasivo y crear redes de apoyo(15.30) . Los alumnos que tuvieron influencia por la madre presentan un puntaje mayor en el indicador de conseguir información (16.62). Y los alumnos que tuvieron influencia por ambos obtuvieron un mayor puntaje en el indicador de tener autoconfianza.

Tabla 29

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según padres empresarios, sede Juliaca*

	Padres empresarios			
	Ninguno	Padre	Madre	Ambos
	Media	Media	Media	Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	16,84	16,86	17,57	17,44
Ser persistente	16,52	16,39	17,78	17,41
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	15,99	17,43	16,13	16,70
Exigir eficiencia y calidad	15,78	16,32	16,61	16,56
Correr riesgos	16,01	16,32	16,78	16,28
Fijar metas	15,73	15,54	14,91	16,23
Conseguir información	16,38	17,82	16,87	17,69
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,33	17,11	17,48	17,05
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	15,11	15,54	15,74	15,47
Tener autoconfianza	16,56	16,71	16,48	17,17

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 29 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según influencia de padres empresarios de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la filial de Juliaca de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

Los alumnos que tuvieron influencia por el padre presentaron un mayor puntaje en los indicadores de ser fiel al cumplimiento del trabajo (17.43), conseguir información (17.82). Los alumnos que tuvieron influencia por la madre presentan un puntaje mayor en el indicadores de búsqueda de oportunidad (17.57), ser persistente (17.78), exigir eficiencia y calidad (16.61), correr riesgos (16.78), planificar y hacer seguimiento sistemático (17.48), ser persuasivo y crear redes de apoyo (15.74). Y los alumnos que tuvieron influencia por ambos obtuvieron un mayor puntaje en los indicadores de fijar metas (16.23) y tener autoconfianza (17.17).



## Características emprendedoras según sede

Tabla 30

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según sede*

	Sede		
	Lima Media	Tarapoto Media	Juliaca Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	17,19	17,14	17,04
Ser persistente	17,11	16,96	16,83
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	16,41	15,94	16,32
Exigir eficiencia y calidad	16,24	15,78	16,10
Correr riesgos	16,21	15,75	16,17
Fijar metas	16,12	15,37	15,76
Conseguir información	16,48	16,32	16,88
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,98	16,41	16,68
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	15,62	15,21	15,29
Tener autoconfianza	16,41	16,21	16,71

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 30 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según sede de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

Los estudiantes de la sede Lima obtuvieron mayor puntuación en los indicadores de búsqueda de oportunidades e iniciativa (17.19), ser persistente (17.11), ser fiel al cumplimiento del trabajo(16.41), exigir eficiencia y calidad (16.24), correr riesgos (16.21), fijar metas (16.12), planificar y hacer seguimiento sistemático(16.98), ser persuasivo y crear redes de apoyo (15.62). Y los estudiantes de la filial Juliaca obtuvieron mayor puntuación en los indicadores de conseguir información (16.88), tener autoconfianza (16.71).

Tabla 31

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según ciclo*

	Ciclo				
	1 Media	3 Media	5 Media	7 Media	9 Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	16,83	16,73	17,74	17,82	17,06
Ser persistente	16,77	16,65	17,61	17,13	17,00
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	16,00	15,99	16,56	16,49	16,48
Exigir eficiencia y calidad	15,73	15,72	16,41	16,32	16,48

Correr riesgos	15,85	16,18	16,21	15,96	16,28
Fijar metas	15,40	15,89	16,07	16,02	15,88
Conseguir información	16,40	16,60	16,67	16,89	16,58
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,47	16,46	17,08	16,76	17,01
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	14,77	15,05	16,03	15,90	15,98
Tener autoconfianza	16,15	16,57	16,83	16,75	16,44

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 31 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según ciclo de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

Los estudiantes del ciclo 5 obtuvieron la mayor puntuación en los indicadores de ser persistente (17.61), ser fiel al cumplimiento del trabajo (16.56), fijar metas (16.07), planificar y hacer seguimiento sistemático (17.08) ser persuasivo y crear redes de apoyo (16.03), tener autoconfianza (16.83). Los estudiantes del ciclo 7 obtuvieron mayor puntaje en los indicadores de búsqueda de oportunidades e iniciativa (17.82), conseguir información (16.89). Y los estudiantes del ciclo 9 obtuvieron mayor puntuación en el indicador de exigir eficiencia y calidad (16.48) y correr riesgos (16.28).

Tabla 32

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según carrera*

	Carrera		
	Administración Media	Contabilidad Media	Marketing Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	17,24	17,06	16,94
Ser persistente	16,96	17,02	16,68
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	16,21	16,33	15,81
Exigir eficiencia y calidad	16,13	16,02	15,77
Correr riesgos	16,24	16,04	15,21
Fijar metas	15,75	15,87	15,18
Conseguir información	16,59	16,56	16,58
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,77	16,67	16,47
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	15,24	15,47	15,56
Tener autoconfianza	16,51	16,48	16,10

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 32 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según carrera de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

Los alumnos de administración obtuvieron un mayor puntaje en los indicadores de búsqueda de oportunidades e iniciativa (17.24), exigir eficiencia y calidad (16.13) correr riesgos (16.24), conseguir información (16.59), planificar y hacer seguimiento sistemático (16.77). Los alumnos de la carrera de contabilidad obtuvieron mayor puntuación en los indicadores de ser persistentes (17.02), ser fiel al cumplimiento del trabajo (16.33), fijar metas (15.87). Y los alumnos de marketing obtuvieron mayor puntuación en ser persuasivo y crear redes de apoyo (15.56).

Tabla 33

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según edades*

	Edad		
	De 18 años a menos Media	De 19 a 22 años Media	De 23 años a más Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	16,86	17,33	17,08
Ser persistente	16,77	17,18	16,50
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	16,10	16,36	16,10
Exigir eficiencia y calidad	15,76	16,25	16,10
Correr riesgos	15,95	16,16	15,92
Fijar metas	15,56	15,90	15,87
Conseguir información	16,41	16,75	16,27
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,53	16,83	16,66
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	14,97	15,67	15,52
Tener autoconfianza	16,32	16,64	15,98

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 33 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según edad de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

De los alumnos encuestados, el intervalo con mayor puntuación es el de 19 a 22 años.

Búsqueda de oportunidades e iniciativa (17.33), ser persistente (17.18), ser fiel al

cumplimiento del trabajo (16.36), exigir eficiencia y calidad (16.25), correr riesgos (16.16), fijar metas (15.90), conseguir información (16.75), planificar y hacer seguimiento sistemático (16.83), ser persuasivo y crear redes de apoyo (15.67), tener autoconfianza (16.64).

Tabla 34

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según género*

	Género	
	Masculino	Femenino
	Media	Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	17,10	17,14
Ser persistente	16,99	16,94
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	16,37	16,14
Exigir eficiencia y calidad	16,05	16,04
Correr riesgos	16,34	15,86
Fijar metas	15,95	15,63
Conseguir información	16,67	16,51
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,76	16,66
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	15,54	15,27
Tener autoconfianza	16,65	16,33

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 34 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según género de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

El género femenino obtuvo solo el mayor puntaje en el indicador de Búsqueda de oportunidades e iniciativa (17.33). Mientras que el género masculino obtuvo la mayor puntuación en los indicadores de ser persistente (17.18), ser fiel al cumplimiento del trabajo (16.36), exigir eficiencia y calidad (16.25), correr riesgos (16.16), fijar metas (15.90), conseguir información (16.75), planificar y hacer seguimiento sistemático (16.83), ser persuasivo y crear redes de apoyo (15.67), tener autoconfianza (16.64).

Tabla 35

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según procedencia*

	Procedencia		
	Costa	Sierra	Selva
	Media	Media	Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	17,07	17,19	17,08

Ser persistente	17,24	17,01	16,60
Ser fiel al cumplimiento del trabajo	16,33	16,32	15,99
Exigir eficiencia y calidad	16,29	16,14	15,63
Correr riesgos	16,11	16,14	15,87
Fijar metas	15,88	15,84	15,50
Conseguir información	16,62	16,68	16,37
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,87	16,72	16,48
Ser persuasivo y crear redes de apoyo	15,52	15,39	15,21
Tener autoconfianza	16,26	16,66	16,37

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 35 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según la procedencia de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

Los alumnos de procedencia de la costa obtuvieron el mayor puntaje en los indicadores de ser persistente (17.24), ser fiel al cumplimiento del trabajo (16.33), exigir eficiencia y calidad (16.29), fijar metas (15.88), planificar y hacer seguimiento sistemático (16.87), ser persuasivo y crear redes de apoyo (15.52). y los alumnos de sierra obtuvieron el mayor puntaje en los indicadores de búsqueda de oportunidades e iniciativa (17.19), correr riesgos (16.14), conseguir información (16.68), tener autoconfianza (16.66).

Tabla 36

*Niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según padres empresarios*

	Padres empresarios			
	Ninguno Media	Padre Media	Madre Media	Ambos Media
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	17,17	16,66	17,23	17,26
Ser persistente	16,98	16,60	17,26	17,01
Ser fiel al cumplimiento del trabajo.	16,22	16,31	16,23	16,23
Exigir eficiencia y calidad.	16,00	16,04	16,28	16,05
Correr riesgos	16,02	15,94	16,62	15,94
Fijar metas	15,78	15,58	15,69	15,86
Conseguir información	16,38	16,61	16,62	17,11
Planificar y hacer seguimiento sistemático	16,59	16,49	17,03	16,99
Ser persuasivo y crear redes de apoyo.	15,31	15,55	15,63	15,31
Tener autoconfianza	16,42	16,22	16,60	16,67

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 36 muestra los niveles de emprendimiento y sus características emprendedoras personales según padres empresarios de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, durante el periodo 2016.

Los alumnos que fueron motivados por el padre obtuvieron un mayor puntaje en el indicador de ser fiel al cumplimiento del trabajo (16.31). Los alumnos que fueron motivados por su madre obtuvieron un mayor puntaje en los indicadores de ser persistente (17.26), exigir eficiencia y calidad (16.28), correr riesgos (16.62), conseguir información (16,62), planificar y hacer seguimiento sistemático (17.03), ser persuasivo y crear redes de apoyo (15.63). Y los alumnos que fueron motivados por ambos obtuvieron mayor puntaje en los indicadores de búsqueda de oportunidades e iniciativa (17.26), fijar metas (15.86), tener autoconfianza (16.67).

### **Análisis Clúster total**

Se decidió hacer un análisis descriptivo, el método usado es el Clúster o más conocido como Conglomerados. Se analizó a los 250 estudiantes según las tres dimensiones de las características emprendedoras. En la siguiente tabla, se muestra la importancia de cada dimensión con respecto al clúster que pertenece. Por ejemplo el clúster 2 tiene mayor relevancia hacia la necesidad del logro, poder, planificación, de mayor a menor, mientras que el clúster 3 tiene una importancia media a la necesidades de logro, poder, planificación, y finalmente en el clúster 1, presenta menor relevancia a la necesidad del logro, poder y planificación. En conclusión una dimensión muy importante es la necesidad del Logro, como también la necesidad de poder, mientras que la planificación es una dimensión de poco interés por los estudiantes.

Tabla 37  
Clúster de las dimensiones

	Conglomerado		
	1	2	3
LOGRO	78,58	90,60	103,31

PLANIFICACION	47,62	54,95	62,27
PODER	72,85	77,04	81,46

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 38, se observa que los clústeres, mantiene una población homogénea dentro de ellas, y heterogénea entre ellas, este concepto queda demostrado por la cantidad de casos en cada uno de ellos, en la clúster 1 se hallan 173 encuestados, en el clúster 2 se hallan 364 encuestado y en el clúster 3 se hallan 209 encuestados.

Tabla 38

*Número de casos en cada clúster*

	Clúster 1	<b>173</b>
Clúster	Clúster 2	<b>364</b>
	Clúster 3	<b>209</b>
Total		<b>746</b>

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 39, se muestra que los valores con mayor nivel F son los que enfatizan mejor los resultados, dado que el valor de  $p < 0.05$  en todas las dimensiones. Por lo tanto, los niveles de emprendimiento de los estudiantes basados en estas dimensiones resaltan en la necesidad de Logro por tener los valores de F más altos (1,147,790).

Tabla 39

*Análisis de varianza de los Clúster*

#### ANOVA

	Conglomerado		Error			
	Media	Gl	Media	gl	F	Sig.
	cuadrática		cuadrática			
LOGRO	29,163,765	2	25,409	743	1,147,790	,000
PLANIFICACION	10,199,196	2	16,389	743	622,314	,000
PODER	3,537,854	2	7,460	743	474,258	,000

Fuente: Elaboración propia.

En conclusión, se halló tres clúster que segmentan a los estudiantes, de los cuales se debe generar un plan para modificar la manera de pensar de los estudiantes mejorando la necesidad de poder que incrementara el poder de liderazgo etc.

### **Análisis Clúster Sede Juliaca**

Se decidió hacer un análisis descriptivo. El método usado es el Clúster o más conocido como Conglomerados. Se analizó a los 250 estudiantes según las tres dimensiones de las características emprendedoras. En la siguiente tabla se muestra la importancia de cada dimensión con respecto al clúster que pertenece. Por ejemplo, el clúster 1 tiene mayor relevancia hacia la necesidad del logro, poder, planificación, de mayor a menor, mientras que el clúster 3 tiene una importancia media a la necesidades de logro, poder, planificación, y finalmente, en el clúster 2, presenta menor relevancia a la necesidad del logro, poder y planificación. En conclusión una dimensión muy importante es la necesidad del Logro, como también la necesidad de planificación, mientras que el poder es una dimensión de poco interés por los estudiantes.

Tabla 40  
*Centro de Clúster filial Juliaca*

	Clúster		
	1	2	3
LOGRO	90,08	77,21	102,24
PLANIFICACION	55,04	47,50	62,72
PODER	76,93	72,75	81,39

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 41 se observa que los clústeres, mantiene una población homogénea dentro de ellas, y heterogénea entre ellas, este concepto queda demostrado por la cantidad de casos en cada uno de ellos, en la clúster 1 se hallan 137 encuestados, en el clúster 2 se hallan 56 encuestado y en el clúster 3 se hallan 75 encuestados.



Tabla 41

*Número de casos de cada Clúster*

	Clúster 1	137
Clúster	Clúster 2	56
	Clúster 3	75
Total		268

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 42, se muestra que los valores con mayor nivel F son los que enfatizan mejor los resultados, dado que el valor de  $p < 0.05$  en todas las dimensiones. Por lo tanto los niveles de emprendimiento de los estudiantes basados en estas dimensiones resaltan en la necesidad de Logro por tener los valores de F más altos (409,880).

Tabla 42

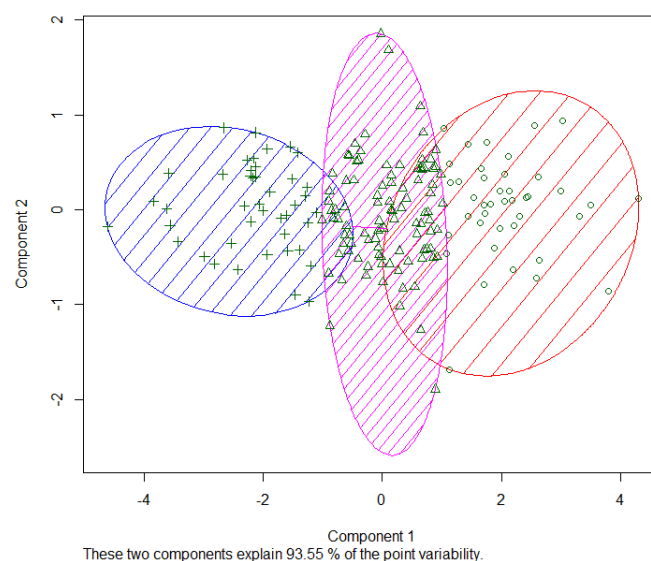
*Análisis de varianza de los Clúster*

**ANOVA**

	Clúster		Error			
	Media cuadrática	Gl	Media cuadrática	gl	F	p.valor
LOGRO	10,111,244	2	24,669	265	409,880	,000
PLANIFICACION	3,759,852	2	16,566	265	226,965	,000
PODER	1,215,481	2	7,598	265	159,967	,000

Fuente: Elaboración propia.

En conclusión, se halló tres clúster que segmentan a los estudiantes, de los cual se debe generar un plan para modificar la manera de pensar de los estudiantes mejorando la necesidad de poder que incrementará el poder de liderazgo etc.



*Figura 1 : Análisis de clúster de la filial Juliaca*

Se decidió hacer un análisis descriptivo, el método usado es el Clúster o más conocido como Conglomerados, se analizó a los 250 estudiantes según las tres dimensiones de las características emprendedoras. En la siguiente tabla, se muestra la importancia de cada dimensión con respecto al clúster que pertenece. Por ejemplo, el clúster 1 tiene mayor relevancia hacia la necesidad del logro, poder, planificación, de mayor a menor, mientras que el clúster 3 tiene una importancia media a la necesidades de logro, poder, planificación y finalmente, en el clúster 2, presenta menor relevancia a la necesidad del logro, poder y planificación. En conclusión, una dimensión muy importante es la necesidad del Logro, como también la necesidad de planificación, mientras que el poder es una dimensión de poco interés por los estudiantes.

Tabla 43  
*Centro de Clúster filial Tarapoto*  
Conglomerado

	1	2	3
LOGRO	90,87	104,64	79,40
PLANIFICACION	54,53	62,33	47,66
PODER	77,10	81,75	73,12

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 44, se observa que los clústeres, mantienen una población homogénea dentro de ellas, y heterogénea entre ellas, este concepto queda demostrado por la cantidad de casos en cada uno de ellos, en la clúster 1 se hallan 115 encuestados, en el clúster 2 se hallan 55 encuestado y en el clúster 3 se hallan 58 encuestados.

Tabla 44  
*Número de casos en cada Clúster*

	Clúster 1	115
Clúster	Clúster 2	55
	Clúster 3	58
Total		228

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 45, se muestra que los valores con mayor nivel F son los que enfatizan mejor los resultados, dado que el valor de  $p < 0.05$  en todas las dimensiones. Por lo tanto, los niveles de emprendimiento de los estudiantes basados en estas dimensiones resaltan en la necesidad de Logro por tener los valores de F más altos (302,164).

Tabla 45  
Análisis de Varianza de los Clúster  
**ANOVA**

	Conglomerado		Error		F	Sig.
	Media cuadrática	Gl	Media cuadrática	gl		
LOGRO	9,010,745	2	29,821	225	302,164	,000
PLANIFICACION	3,040,570	2	15,822	225	192,179	,000
PODER	1,051,386	2	8,189	225	128,389	,000

Fuente: Elaboración propia.

En conclusión, se halló tres clúster que segmentan a los estudiantes, de los cual se debe generar un plan para modificar la manera de pensar de los estudiantes mejorando la necesidad de poder que incrementara el poder de liderazgo etc.

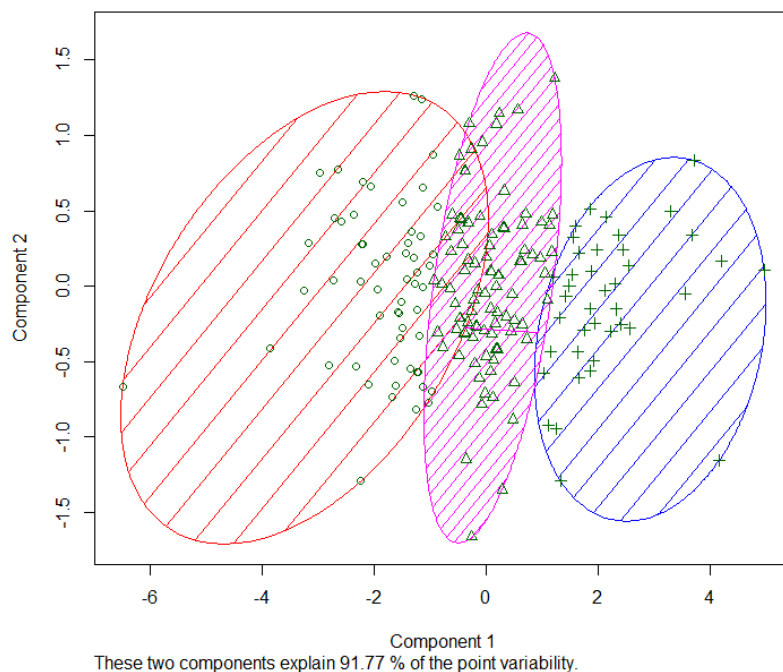


Figura 2 : Análisis de clúster de la filial Tarapoto

## Análisis Clúster Sede Lima

Se decidió hacer un análisis descriptivo, el método usado es el Clúster o más conocido como Conglomerados. Se analizó a los 250 estudiantes según las tres dimensiones de las características emprendedoras. En la siguiente tabla, se muestra la importancia de cada dimensión con respecto al clúster que pertenece. Por ejemplo, el clúster 2 tiene mayor relevancia hacia la necesidad del logro, poder, planificación, de mayor a menor, mientras que el clúster 3 tiene una importancia media a la necesidades de logro, poder, planificación, y finalmente, en el clúster 1, presenta menor relevancia a la necesidad del logro, poder y planificación. En conclusión una dimensión muy importante es la necesidad del Logro, como también la necesidad de planificación, mientras que el poder es una dimensión de poco interés por los estudiantes.

Tabla 46  
*Centro de Clúster sede Lima*  
Clúster

	1	2	3
LOGRO	77,96	90,40	103,45
PLANIFICACION	46,62	54,92	62,05
PODER	72,13	76,90	81,44

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 47 se observa que los clústeres, una representación total de 250 estudiantes encuestados de los cuales 47 pertenecen al clúster 1, clúster 2 son 126 y 77 al clúster 3.

Tabla 47  
*Número de casos en cada Clúster*

	Clúster 1	<b>47</b>	
Clúster	Clúster 2		<b>126</b>
	Clúster 3	<b>77</b>	
Total		<b>250</b>	

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 48 se muestra que los valores con mayor nivel F son los que enfatizan mejor los resultados, dado que el valor de  $p < 0.05$  en todas las dimensiones. Por lo tanto, los niveles de emprendimiento de los estudiantes basados en estas dimensiones resaltan en la necesidad de Logro y Planificación por tener los valores de F más altos (418,957 y 227,268 respectivamente).

Tabla 48  
*Análisis de Varianza de los Clúster*

**ANOVA**

	Clúster		Error		F	Media cuadrática
	Media cuadrática	Gl	Media cuadrática	gl		
LOGRO	9,846,618	2	23,503	247	418,957	,000
PLANIFICACION	3,527,806	2	15,523	247	227,268	,000
PODER	1,298,060	2	6,591	247	196,956	,000

Fuente: Elaboración propia.

En conclusión, se halló tres clúster que segmentan a los estudiantes, de los cual se debe generar un plan para modificar la manera de pensar de los estudiantes mejorando la necesidad de poder que incrementara el poder de liderazgo etc.

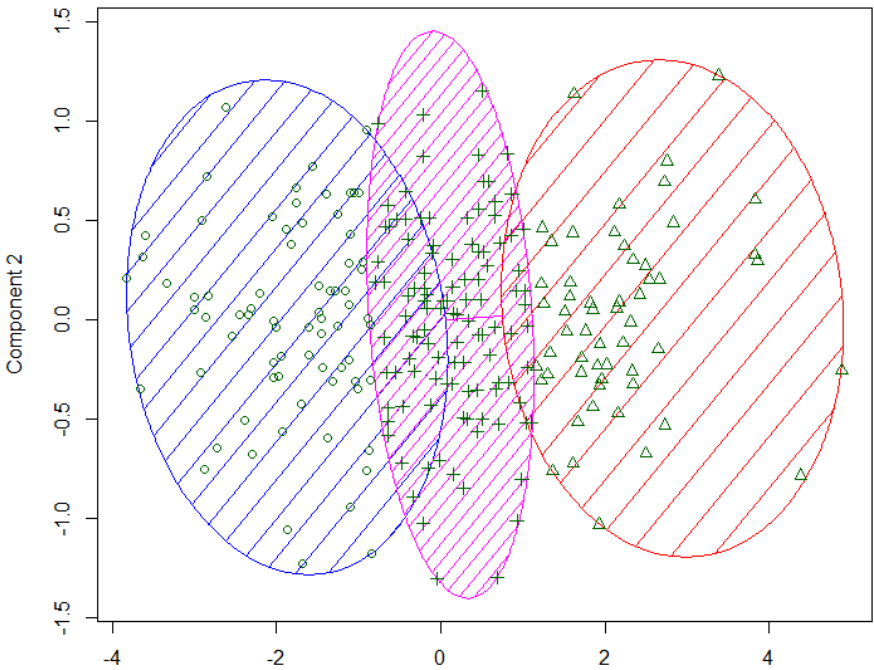


Figura 3 : Análisis de clúster de la sede Lima

## **4.2. Discusión**

### ***Propósito y objetivo de investigación***

El propósito de la presente investigación es la de determinar el nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la Sede la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016. Y así también, determinar el nivel del emprendimiento respecto a la necesidad de logro, la necesidad de planificación y la necesidad de poder; que son características o dimensiones, del cuestionario de Autoevaluación de la Capacidad Emprendedora Personal (CEP's).

### ***Limitaciones del estudio***

No se realizó la prueba de normalidad, dado que la muestra es de 746 personas, la cual se considera grande. Por lo tanto, se asume que la información de los datos tiene una distribución normal con respecto a la media.

### ***Resultados comparados con la teoría***

En la investigación los resultados giran alrededor del estudio que tiene como objetivo determinar el nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales. Se encontró que los estudiantes de las carreras de la Facultad de Ciencias Empresariales tienen un nivel medio con tendencia a mejorar. Esto implica que los alumnos, según Quintero (2007), citado por Mora Pabón (2011), tienen una actitud cognitiva, afectiva y comportamental Ajzaen (1991) que determina la voluntad incesante de empezar y de organizar los recursos disponibles (Quintero Duque, 2007), como competencias que aluden a un conocimiento de aplicación compleja, permitiendo ejercer funciones o

tareas de forma adecuada, de acuerdo a Yaniz y Villardón (2006), citado por Alda Varas, Villardón Gallego, y Elexpuro Albizuri (2012).

Por otro lado, se puede observar que la necesidad de logro de los estudiantes es mayor a las otras necesidades. Es así que McClelland (1961), citado por Quintero Duque (2007), lo describe como una necesidad constante de lograr éxitos, sobrepasando un estándar. Que refiere a un impulso esforzado por sobresalir (Pulgarín Molina & Cardona Acevedo, 2011). Posteriormente, McClelland (1983), citado por Jorge Moreno, Garcia Tabuenca, & Pablo Marti (2012), agregó que esta necesidad es aprendida en un proceso del cual interviene el sistema de valores, la educación, el adiestramiento y la formación específica. En el marco de la formación académica, se ve vista en la perseverancia ante las tareas y la excelencia en las calificaciones (Quintero Duque, 2007).

Asimismo, Kolb, Osland & Rubin (2007), citado por Pulgarín Molina & Cardona Acevedo (2011), refirió que toda persona es responsable de su éxito o fracaso, asumiendo riesgos moderados en situaciones del cual se involucren y puedan desenvolverse para suplir esa necesidad. Ya sea cuando se asume responsabilidades de actuaciones conocidas, o en situaciones de riesgo valorando la dificultad, como también en situaciones de feedback conociendo la evolución de un proceso asumiendo el control y seguimiento del mismo (Jorge Moreno, Garcia Tabuenca, & Pablo Marti, 2012).

Para la necesidad de planificar se ve un resultado medio con tendencia a mejora, siendo esta un objetivo de mejora. Según Masgo Torres (2010), la necesidad de planificación como la necesidad de asociación es motivada por la afiliación y posee la necesidad de tener relaciones amigables que les motive a interactuar con la gente y demás compañeros. Asimismo, Robbins y Decenso (2002), citado por Gallardo Giglio & Espinoza Bedodo (2006), se refieren a la de afiliación, como la tendencia de algunas personas a moverse y tener más vínculos de cooperación y amistad con el resto. Por otro

lado, Méndez Benavides (2014) agregó que la necesidad de filiación dirige a sentirse respaldado por la ayuda, respeto y consideración de los demás.

Y por ultimo, la necesidad que presento un nivel bajo dentro de los estudiantes, es la del poder, dando a conocer que la influencia hacia lo demás con el fin del el cumplimiento de un objetivo, está presente en pocos estudiantes y por ende es más difícil de poder ser aplicada. Es por eso que Méndez Benavides (2014) describe la necesidad de poder, como una necesidad de reconocimiento que te permite mantener tus ideas, de hacerlas prevalecer, de incrementar su poderío y su prestigio. Asimismo, Naranjo Pereira (2009), menciona que se emplea bastante tiempo y esfuerzo en pensar cómo lograr y ejecutar el poder y la autoridad; para su propio beneficio tanto en honores como monetarios (Fandiño Padilla & Bolívar Abello, 2008).

### ***Resultados comparados con otros resultados***

El nivel de emprendimiento es de nivel medio en la sede y las dos filiales, en la sede Lima, se obtuvo que los estudiantes del séptimo ciclo obtuvieron mayor puntuación promedio de 17.06 en el nivel de emprendimiento, el quinto ciclo obtuvo la mayor puntuación en la filial de Tarapoto, con un promedio de 16.48, mientras que en Juliaca el quinto ciclo obtuvo mayor puntuación con un promedio de 17.15 en el nivel de emprendimiento, lo cual indica que la filial Juliaca tiene un mayor promedio según ciclo de estudio.

Mientras que el nivel de emprendimiento por dimensiones según sede, se distribuye de la siguiente manera: en la dimensión necesidad de logro, sede Lima tiene un promedio de 16.63, seguido de la filial Juliaca con 16.49 y la filial Tarapoto con 16.31. Estos resultados son comparados con los estudios de Masgo (2010), que menciona que en cuanto a la necesidad de logro el 7.5% de estudiantes ha desarrollado una capacidad



muy baja con respecto a la necesidad de logro, lo cual difiere de nuestro estudio, porque nosotros encontramos mayor puntaje en la capacidad de logro. Seguido por Atención que menciona en sus resultados una T de Student para muestras pareada de 19.16 en el desarrollo de la capacidad de logro.

Para la dimensión necesidad de planificación el puntaje promedio mayor fue para la sede Lima 16.53, seguido de la filial Juliaca con un puntaje promedio de 16.44 y finalmente la filial Tarapoto con un puntaje promedio de 16.03. Comparados también con los estudios de Masgo (2010), que menciona que en cuanto a la necesidad de planificación el 8% de estudiantes ha desarrollado una capacidad muy baja con respecto a la necesidad de planificación, con un resultado de 19.07 en la prueba T de Student para muestras pareadas, lo cual difiere de nuestro estudio, porque se encontró mayor puntaje en la capacidad de planificación.

Por último, la dimensión necesidad de poder, el puntaje promedio más elevado fue de la sede Lima con 16.02, seguido de la filial Juliaca con un puntaje promedio de 16 y la filial Tarapoto con un 15.71 en el puntaje promedio en la dimensión necesidad de poder. Estos resultados son comparados con los estudios de Masgo (2010), que menciona que en cuanto a la necesidad de poder el 11.5% de estudiantes ha desarrollado una capacidad muy baja, mientras la mayoría se encuentra en un nivel bajo con un 53.3% con respecto a la necesidad de poder, lo cual difiere de nuestro estudio, porque nosotros encontramos mayor puntaje entre medio con tendencia a ser alto, en la necesidad de poder.

## **CAPITULO V**

### **Conclusiones y recomendaciones**

Para concluir esta investigación, se dedicará el siguiente capítulo a describir las conclusiones y recomendaciones obtenidas a lo largo del trabajo de investigación. Las recomendaciones serán con el fin de que se pueda dar continuidad al proyecto, así como mostrar los beneficios obtenidos.

#### **5.1. Conclusiones**

En la base a los resultados de la investigación, se concluye que el nivel de emprendimiento de los alumnos de la Universidad Peruana Unión y Filiales es de nivel medio con tendencia a mejorar y que las tres dimensiones: Necesidad de Logro, Planificación y Poder, son significativas ( $p > 0,05$ ) sin embargo, el más resaltante en los estudiantes es la dimensión de logro ( $F = 1,147.790$ ) son los que enfatizan mejor los resultados. También se observó la característica demográfica género, donde el que presentó mayor puntuación de emprendimiento en los indicadores fue el masculino.

Concluyendo con el primer objetivo específico, la necesidad de logro hallado en los resultado son los más significativos a comparación de las otras dos dimensiones, así lo demuestran los resultados obtenidos, donde en la sede Lima, son más altos, seguido de Juliaca y finalmente Tarapoto. Por lo tanto, se puede mencionar que los estudiantes buscan oportunidad, tomar riesgos, calidad en el trabajo, ser persistentes y cumplimientos de sus objetivos.

El segundo objetivo específico es la necesidad de planificación hallado en los resultados. Fue como una necesidad media por los encuestados así lo demuestran los resultados obtenidos. Donde, la sede Lima tiene una diferencia no mayor a la de

Juliaca y finalmente Tarapoto. Por lo tanto, se puede mencionar que los estudiantes buscan información, fijan metas y se planifican sistemáticamente.

El tercer objetivo específico, es la necesidad de poder hallado en los encuestados. Esta necesidad no es muy influyente, siendo esta la de menor puntaje. Por lo tanto, se puede mencionar que son pocos los estudiantes que presentan esta necesidad y tienden a ser persuasivos y buscan redes de apoyo, y tienen autoconfianza e independencia.

Y por ultimo, se concluye que en su mayoría los estudiantes no muestran un gran grado en las tres dimensiones ( logro, planificación y poder) debido al entorno por el cual fueron influenciados, ya que muchas veces, es este el que involucra mucho en el crecimiento del emprendedorismo de la persona. Para la formación de estudiantes emprendedores hay que incrementar las actitudes emprendedoras, desarrollar la inteligencia emocional, y educar por competencia.

## **5.2. Recomendaciones**

Como acciones principales se recomienda:

- La participación en seminarios y concursos de emprendimiento entre los estudiantes, la necesidad de apoyar las distintas iniciativas emprendedoras en aras de favorecer el necesario crecimiento económico en las regiones.
- La malla curricular debe ser renovada para desarrollar más cursos con temas de espíritu empresarial, motivación, creación de empresas y características del emprendedor, para que puedan reforzar las necesidades de poder, planificación y logro de los estudiantes.
- Promover la participación de los estudiantes en ferias emprendedoras como la Expo alimentaria, Feriadex, COLAFI, entre otras, para el intercambio de

información entre emprendedores potenciales y empresas establecidas o especialistas.

- Creación de feria de ideas empresariales en la cual los estudiantes pueden presentar proyectos, que más tarde pueden dar inicio a un startup.
- Mejorar los convenios con empresas para promover la práctica pre profesional de los estudiantes a partir del 4to año, con el fin de poder hacer florecer su emprendimiento, aplicándolo en problemas que se puedan presentar dentro de ellas.
- Crear un área de apoyo (Consultora Empresarial) para MyPes adventistas que están en crecimiento, involucrando a los estudiantes a vivir las experiencias de los emprendedores que necesitan soporte empresarial.
- Se recomienda poner énfasis en el desarrollo de la necesidad de poder, siendo la persuasión, redes de apoyo y autoconfianza e independencia los indicadores con un porcentaje menor, utilizando dinámicas que permitan experimentar a los estudiantes la mejora en esas características personales.

## Referencias

- Abad, R. (2003). *Marketing Relacional, Futuro relacional*. Barcelona: Espasas Calpe.
- Aburto Pinedo, H. I. (Junio de 2011). Las habilidades directivas y su repercusión en el clima organizacional. *Instituto politécnico nacional*, 6-147.
- Alda Varas, R., Villardón Gallego, L., & Elexpuro Albizuri, I. (Octubre-Noviembre de 2012). Propuesta y validación de un perfil de competencias de la persona emprendedora. Implicaciones para la formación. *Education & Psychology*, 10(3), 1057-1080.
- Alet, J. (2000). *Marketing Relacional*. Lima.
- Alfaro Faus, M. (2004). *Temas claves en Marketing Relacional*. Lima: Mc Graw Hill.
- Alonso Nuez, M. J., & Galve Górriz, C. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión histórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e investigaciones sociales*, 7.
- Alonso Nuez, M. J., & Galve Górriz, C. (Julio de 2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones Sociales*(26), 5-44.
- Alvarado Muñoz, Ó., & Rivera Martínez, W. (Enero-junio de 2011). Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. *Cuadernos de Administración*, 27(45), 61-74.
- Alvarado Muñoz, O., & Rivera Martínez, W. F. (Enero - Junio de 2011). Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. *Cuadernos de Administración*, 27(45), 61-74.
- Anderson, J., & Narus, J. (1990). Un modelo de la firma de distribuidor y la empresa fabricante. *Journal of Marketing*, 42-58.
- Arias Gallegos, W., & Arias Cáceres, G. (Noviembre de 2014). Relación entre el clima Organizacional y la satisfacción laboral en una pequeña empresa del sector privado. *Ciencia & Trabajo*(51), 185-191.
- Baard, P., Deci, E., & Ryan, R. (2004). Intrinsic Need Satisfaction: A motivational basis of performance and Well-Being in two work settings. (V. Winston, & Son, Edits.) *Journal of Applied Social Psychology*, 34(10), 2054-2068.
- Ballantyne, D. (1994). *Relationship Marketing: Designing a Way Forward from Concept to Practice*. Cranfield School of Management Cranfield.
- Barroso Castro, C., & Armario Martín, E. (1999). *Marketing Relacional*. Madrid: ESIC.

- Benavides Luksic, L., & Mesías Reategui, G. (2005). *Plan de Negocios para el lanzamiento de un portal especializado en perros*. Lima: Universidad Peruana de las Ciencias Aplicadas.
- Berné, C. (1997). *Modelización de la postcompra: satisfacción y lealtad*. J.M. Múgica y S. Ruiz.
- Berry, L. (1983). *Relationship Marketing*. Chicago: American Marketing Association.
- Blanco González, A., Mercado Idoeta, C., & Prado Román, A. (Diciembre de 2012). Perfil y motivación de la juventud emprendedora española. *Revista de Estudios de Juventud*(99), 15-37.
- Brunet, I., & Alarcón, A. (2004). Teorías sobre la figura del emprendedor. *Univeridad Rovira i Virgili*, 81-103.
- Cabana Villca, R., Cortes Castillo, I., Plaza Pasten, D., Castillo Vergara, M., & Alvarez Marin, A. (Noviembre de 2013). Análisis de las Capacidades Emprendedoras Potenciales y Efectivas en Alumnos de Centros de Educación Superior. *Journal of Technology Management & Innovation*, 8(1), 65-75.
- Campos Livaque, L. R. (2012). Estilo de liderazgo directivo y clima organizacional en una institución educativa del distrito de ventanilla. *Universidad de San Ignacio de Loyola*.
- Cavazos, J., & Giuliani, A. (2008). El concepto de marketing bajo el paradigma relacional. *Centíficas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 13.
- Chaparro Espitia, L. (Julio a Diciembre de 2006). Motivación laboral y clima organizacional en empresas de telecomunicaciones. *Revista Renovar*, 16(28).
- Christopher, M. (1995). *Relationship marketing: Bringing quality, customer service and marketign together*. International Business Review .
- Cobo Quesada, F. B., & Aguado, P. C. (2006). *El marketing en la empresa: estrategias, herramientas y planes para el éxito*. Madrid: Editorial Roble.
- Correa Correa, Z., Delgado Hurtado, C., & Conde Cardona, Y. A. (Julio - Diciembre de 2011). Formación en emprendimiento en estudiantes de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad Pública de Popayan. *Revista EAN*(71), 40-51.
- Crissien Castillo, J. O. (Mayo - Agosto de 2009). Investigando el entrepreneurship tras un marco teórico y su aporte al desarrollo económico de Colombia. *Revista EAN*(66), 67-84.

- Crosby, P. (1991). *La organización permanece exitosa*. México: McGraw -Hill Interamericana S.A. de C.V.
- Crowe, A. P. (2010). La motivación para emprender. Evolución del modelo de rol en emprendedores argentinos.
- Cuadra Peralta, A., & Veloso Besio, C. (2009). Grado de supervisión como variable moderadora entre liderazgo y satisfacción, motivación y clima organizacional.
- Day, G. (2000). *Managing Market Relationships* (Vol. 28). Journal of Academy of Marketing Science.
- Deming, W. (1989). *Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis*. Madrid: Díaz de Santos.
- Ehrenberg, A., Barbard, N., & Scriven, J. (1990). Double Jeopardy Revisited. *Journal of Marketing*, 82-91.
- Fandiño Padilla, L., & Bolívar Abello, M. C. (2008). *EVALUACIÓN DEL IMPACTO DEL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA Y ESTUDIO DE LOS FACTORES DE ÉXITO DE SUS EMPRESAS CREADAS A PARTIR DE LOS TALLERES DE GRADO*. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Fandiño Padilla, L., & Bolívar Abello, M. C. (2008). *Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Pontífica Universidad Javariana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado*. Pontífica Universidad Javariana. Bogotá: Pontífica Universidad Javariana.
- Fitzgerald, G., & Willcocks, L. (1994). *Contrato y las asociaciones en la externalización de TI*. Canadá: International Conference, Vancouver.
- Fuentes García, F., & Sánchez Cañizares, S. (Marzo de 2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3), 1-28.
- Gallardo Giglio, C., & Espinoza Bedodo, V. (2006). *Motivación laboral y compensacion: una invetigación de orientación teórica*. Santiago, Chile: Universidad de Chile.
- García Cid, R. (2005). *Desarrollo e implantación de un sistema de captación y fidelización de clientes en el entorno web*. Universidad de Comillas.
- García Pérez de Lema, D., Moreno Candel, I., & Rosique Blasco, M. (2012). *Aptitudes emprendedoras de los alumnos de Educación Secundaria Obligatoria y*

- Bachillerato en la Región de Murcia* (Primera ed.). Cartagena, Colombia: Universidad Politécnica de Cartagena.
- Garcia, E. B. (2007). *Business Pocket: Marketing Relacional, Cree un plan de incentivos eficaz*. La Coruña, España: Netbiblo.
- Garza Puente, D. G. (2010). El clima organizacional en la dirección general de ejecución de sanciones de la secretaría de seguridad pública en Tamaulipa. *Universidad Autónoma de Tamaulipas*, 1-83.
- Garzozzi Pincay, R., Messina Scolaro, M., Moncada Marino, C., Ochoa Luna, J., Pérez, G., & Zambrano Segura, R. (2014). *Planes de Negocios para Emprendedores* (Primera ed.). Unión Europea: Iniciativa Latinoamericana de Libros de Texto Abierto (LATIn).
- Geykens, I., Steenkamp, J., & Kumar, N. (1998). Los efectos de la confianza y la interdependencia de compromiso de relaciones: un estudio transatlántico. *International Journal of Research in Marketing*, 303-317.
- Giese, J., & Cote, J. (1999). Definición de la Satisfacción de consumidor. *Academy of Marketing Science Review*, 1-34.
- Gómez-Betancourt, G., Betancourt Ramírez, J. B., & Zapata Cuervo, N. (2012). Empresas familiares multigeneracionales. *Unilibre Cali*, 8(2), 38-49.
- González de Portillo, N., Montoya Medero, C., & Cendrés Guasch, J. (Noviembre de 2009). Liderazgo trascendental del docente y la calidad motivacionales en estudiantes de comunicación social. *Educare*, 13(3), 9-30.
- Gounaris, S. (2005). *Influencia en la confianza y el compromiso sobre la retención de clientes: desde el punto de vista de los servicios de negocio a negocio*. Journal Business Research.
- Grönroos, C., & Gummesson, E. (1987). *Quality of products and services- a tentative synthesis between two models*. American Marketing Association's Sixth Annual Services Marketing Conference.
- Gulati, R. (1995). *Does familiarity breed trust? The implications of repeated ties for contractual choice in alliances*. Academy of Management Journal.
- Gummesson, E. (1994). *Making Relationship Marketing Operational*. International Journal of Service Industry Management.
- Gummesson, E. (1998). *Implementation Requires a Relationship Marketing Paradigm*. Academy of Marketing Science Journal.



- Gutiérrez O., J., Asprilla M., E., & Gutiérrez L., J. (Enero-Marzo de 2009). Emprendimiento e investigación en la escala de la formación profesional y la innovación empresarial en Colombia. *Revista LAN*(76), 144-157.
- Guzmán Vásquez, A., & Trujillo Dávila, M. A. (2008). Emprendimiento social. *Estudios Gerenciales*, 107.
- Handfield, R., & Betchel, C. (2002). *El papel de la confianza y la relación estructura en la mejora de la capacidad de respuesta de la cadena de suministro*. Dirección del Marketing Industrial.
- Herrera Guerra, C. E., & Montoya Restrepo, L. A. (Julio - Diciembre de 2013). El emprendedor: Una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de vista*, 4(7), 7-30.
- Hogan, J. (2001). Valor esperado relación : una construcción , una metodología para medición y una técnica de modelo. *Industrial Marketing Management*, 339-351.
- I Grau, J. B., Vallejo, R. d., & Agulló Tomás, E. (2004). El burnout y las manifestaciones psicosomáticas como consecuentes del clima organizacional y de la motivación laboral. *Psicothema*, 16(1), 125-131.
- Imai, M. (1998). *¿Cómo implementar el Kaizen en el sitio de trabajo?* Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.
- Jackson, B. (1985). Construir relaciones con los clientes. *Harvard Business Review*, 120-128.
- Janeth Atencio, J. (2006). *Contribución de la Metodología Cefe al Desarrollo de las Capacidades Emprendedoras de los Estudiantes del primer año de la facultad de Ciencias Empresariales de la UpeU*. Tesis, Universidad Peruana Unión, Lima.
- Jiménez Carranza, C. C. (2004). *Relación entre el liderazgo transformacional de los directores y la motivación hacia el trabajo y el desempeño de docentes de una universidad privada*. Bogotá, Colombia: Universidad Católica de Colombia.
- Jorge Moreno, J., Garcia Tabuenca, A., & Pablo Marti, F. (2012). Análisis empírico de los factores que caracterizan al emprendedor en España. *Universidad de Alcalá y Servilab*, 1-32.
- Juran, J. (1990). *Juran y la planificación de la calidad*. Madrid: Editorial Díaz de Santos.
- Kotler, P. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson, Ed. 12.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2001). *Marketing*. Mexico: Prentice Hall- Pearson. 691 pp. 8ava edición.
- Kumar, N., Scheer, L., & Steenkamp, J. (1993). The effects of supplier fairness on vulnerable resellers. *Journal of Marketing Research*, 54-65.
- López de Toro Rivera, C. (2014). *Características de emprendimiento social de los jóvenes en estudios previos a los universitarios*. Universidad Complutense de Madrid, Organización de Empresas. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Luis Bassa, C. (2011). *Modelos para el análisis de atributos contemplados por los clientes en una estrategia de Marketing Relacional*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Martín Cruz, N., Martín Pérez, V., & Trevilla Cantero, C. (Octubre de 2009). Influencia de la motivación intrínseca y extrínseca sobre la transmisión de conocimiento. El caso de una organización sin fines de lucro. *Revista de economía pública, social y cooperativa*(66), 187- 211.
- Martínez Rodríguez, F. M. (2008). *"Análisis de competencias emprendedoras del alumnado de las Escuelas Taller y Casas de Oficios en Andalucía, primera fase del diseño de programas educativos para el desarrollo de la cultura emprendedora entre los jóvenes"*. Universidad de Granada. Andalucía: Editorial de la Universidad de Granada.
- Marulanda Valencia, F., Montoya Restrepo, I., & Vélez Restrepo, J. (Enero-Junio de 2014). Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. *Cuadernos de Administración - COLCIENCIAS*, 1-18.
- Masgo Torres, E. T. (2010). *"Relación entre desempeño docente y el desarrollo de la capacidad emprendedora en estudiantes de secundaria en el cercado Callao"*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Masgo Torres, E. T. (2010). *Relación entre desempeño docente y el desarrollo de la capacidad emprendedora en el estudiantes de secundaria del Cercado Callao*. Universidad San Ignacio de Loyola. Lima: Escuela de Posgrado Universidad San Ignacio de Loyola.
- Masgo Torres, E. T. (2010). *Relación entre desempeño docente y el desarrollo de la capacidad emprendedora en estudiantes de secundaria del cercado Callao*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Méndez Benavides, R. (2014). *Estudio de los Modelo de la Motivación*. Costa Rica, Costa Rica: Instituto Tecnológico de Costa Rica.

- Mohr, J., & Nevin, J. (1990). Las estrategias de comunicación en los canales de comercialización : una teórica. *Journal of Marketing*, 36-51.
- Mohr, J., & Spekman, R. (1994). Characteristics of partnership success: partnership attributes, communications behaviour and conflict resolution techniques. *Revista de Gestión Estratégica*, 135-152.
- Mora Pabón, R. (Julio-Diciembre de 2011). Estudio de Actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa. *Revista EAN*(71), 70-83.
- Morgan, R., & Hunt, S. D. (1994). La teoría compromiso-confianza de marketing relacional. *Journal of Marketing*, 20-38.
- Muñoz-Seco, E., Coll-Benejam, J., Torrent-Quetglas, M., & Linares-Pou, L. (2006). Influencia del clima laboral en la satisfacción de los profesionales sanitarios. *Aten Primaria*, 37(4), 209-214.
- Naranjo Pereira, M. L. (2009). Motivación: Perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. *Revista Educación*, 33(2), 153-170.
- Naranjo Pereira, M. L. (2009). Motivación: Perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. *Revista Educación*, 33(2), 153-170.
- Oliver, R. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research* 17, 460-469.
- Oliver, R. (1999). ¿De dónde proviene la lealtad del consumidor? *Journal of Marketing*, 33-34.
- Olivera Rivera, E., & Olmedo Pizarro, L. (Diciembre de 2009). Características emprendedoras de egresados de Contador Auditor e Ingeniería en administración de Empresas de la universidad Católica del Maule. *Revista Académica*(37), 49-72.
- Orellana Zambrano, W., & Martinez de Lejarza, J. (Agosto de 2013). Teorías del Entrepreneurship y cooperativismo de trabajo asociado. Fundamentos teóricos y evidencias empíricas en la creación de CTA. *CIRIEC-Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*(78), 11-36.
- Ortíz Riaga, C., Duque Orozco, Y. V., & Camargo Mayorga, D. (Junio de 2008). Una revisión a la investigación en Emprendimiento Femenino. *Facultad de Ciencias Económicas*, XVI(1), 85-104.
- Palma Carrillo, S. (2000). Motivacion y Clima laboral en personal de entidades universitarias. *Revista de Investigacion en Psicología*, 12.

- Palmer, R., Lindgreen, A., & Vanhamme, J. (2005). *Relationship Marketing: School of Thought and Future Research Directions*. . Marketign Intelligence and Planning.
- Peñaranda, C. (11 de Marzo de 2015). Perú es la quinta economía con mayor emprendimiento en el mundo. *Economía RPP Noticias*.
- Pulgarín Molina, S. A., & Cardona Acevedo, M. (Julio- Diciembre de 2011). Caracterización del comportamiento del emprendedor para los estudiantes de Administración de la Universidad del Rosario. *Revista EAN*(71), 22-39.
- Quintero Duque, C. (2007). Generación de competencias en jóvenes emprendedores. *Evoluciona, Emprendedores UNAB*, 1-45.
- Reinares Lara, J., & Ponzoa Casado, J. (2004). *Marketing Relacional*. Madrid: Prentice Hall.
- Restrepo, M. (2005). *El mercadeo Relacional observado en la práctica empresarial de las PYMES Universidad & Empresa*. Colombia: Universidad del Rosario de Bogotá.
- Rodríguez Ramírez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento y gestion*(29), 94-119.
- Rodríguez, C., & Jiménez, M. (2005). Emprenderismo, Acción gubernamental y académica. Revisión de la literatura. *Innovar*, 74.
- Rodríguez, D. M. (2008). Analisis de competencias emprendedoras del alumnado de las escuelas d...
- Rosendo, V., & Laguna, P. (2012). *Marketing Relacional*. Madrid: DYKINSON, S.L. Meléndez Valdés, 61.
- Roy, S., Sivakumar, K., & Wilkinson, I. (2004). La generación de innovación en las relaciones de cadena de suministro: un modelo conceptual y proposiciones de investigación. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 61-79.
- Sáenz Mogollón, S. E. (2014). Clima y motivación laboral en instituciones educativas de Miramar-Alto Salaverry. 1-84.
- Sánchez de Gallardo, M., & Pirela de Faría, L. (Abril de 2006). Motivaciones sociales y rendimiento académico en estudiantes de educación. *Revista de Ciencias Sociales*, 12(1), 1-15.
- Sandoval Erazo, W. (2003). La motivación. *Revista "Nuevos Líderes"*, 15-19.
- Schneider, B., & Bowen, D. (1993). *The service organization: Human Resources management is crucial*. Organization dynamics.

- Selamé, T., Ochoa Moreno, J., & Kaiser Caldera, C. (Enero-Agosto de 1999). Emprendimiento Juvenil. *Instituto Nacional de la Juventud*, 1-35.
- Singer, S., Amorós, J. E., Moska Arreola, D., & Association, G. E. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Report*. Boston: Global Entrepreneurship Research Association.
- Solomon, M. (1997). *Comportamiento del consumidor*. Mexico: Prentice -Hall Hispanoamerica.
- Suca Riveros, R. E. (2012). *Relación del Marketing Estratégico Relacional Educativo en la calidad de la Gestión Pedagógica en las Instituciones Educativas de la Red 07 en la Unidad Gestión Educativa Local 05 en San Juan de Lurigancho-Lima 2009*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Tarapuez Chamorro, E., & Botero Villa, J. J. (Julio-Diciembre de 2007). Algunos aportes de los neoclasicos a la teoria del emprendedor . *Cuaderno de Administración*, 20(34), 39-63.
- Tarapuez Chamorro, E., Zapata Erazo, J. A., & Agreda Montenegro, E. (Marzo de 2008). Knight y sus aportes a la teoría del emprendedor. *Estudios Gerenciales*, 24(106), 83-98.
- Trevilla Cantero, C., Martín Cruz, N., & Martín Pérez, V. (2007). El papel de la motivación intrínseca sobre la transmisión de conocimiento y su efecto sobre la eficiencia. El caso de una organización sin fines de lucro. (U. d. Valladolid, Ed.) 1-26.
- Tse, D., & Wilton, P. (1988). Modelos de la formación de la satisfacción del cliente: Una extension. *Journal Marketing Research* 25, 204-212.
- Vargas Martino, M. C., & Arenas Gómez, M. S. (Enero-Junio de 2012). Competencias emprendedoras en estudiantes de Psicopedagogía de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia - UPTC. (R. Zárate, Ed.) *Revista de Estudios Avanzados de Liderazgo - REAL*, 1(1), 25-30.
- Vásquez-Párraga, A. Z., & Alonso, S. (2000). Antecedentes de la lealtad del cliente de la intención estratégica. *American Marketing Association*, 82-83.
- Vidaurre Ramirez, R. (2009). *Diagnóstico del clima organizacional en una empresa telecomunicaciones de el Salvador* (Vol. 1). Antiguo Cuscatlán, El Salvador: Universidad Dr. José Matías Delgado.
- Vos Saz, A. (2013). *Creación, Crecimiento y Expansión Internacional de las nuevas empresas: Influencia del emprendedor y del equipo de emprendedores*. Gatafe: Universidad Carlos III de Madrid.

- Wakabayashi, J. (2010). *La investigación sobre el marketing relacional: un análisis de contenido de la literatura 2007-2008*. Lima: Journal of Economics, Finance and Administrative Science.
- Zavala Fernández, O. A. (2014). *Motivación y satisfacción laboral en el centro de servicios compartidos de una empresa embotelladora de bebidas*. México: UPIICSA.

# Anexos



Una Institución Adventista

## ANEXO 1: CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN DE LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA PERSONAL (CEP'S)



**OBJETIVO:** Estimado alumno, este cuestionario es anónimo y ha sido diseñada con el propósito de conocer el nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016.

Las respuestas deben expresarlas con la mayor libertad pero con gran responsabilidad.

### I. DATOS GENERALES

**Indicaciones:** Marque con una "X" la respuesta correspondiente

1. Edad: \_\_\_\_\_ años
2. Género: Masculino ( ) Femenino ( )
3. Nacionalidad: Peruana ( ) Extranjera ( )
4. Procedencia: Costa ( ) Sierra ( ) Selva ( )
5. Ciclo: \_\_\_\_\_
6. Año de ingreso a la Universidad (En la carrera que actualmente cursa):  
\_\_\_\_\_
7. Turno: Mañana ( ) Tarde ( ) Ambos ( )

### II. INFLUENCIA FAMILIAR Y PREFERENCIA LABORAL

1. Padres empresarios: Ninguno ( ) Padre ( ) Madre ( ) Ambos ( )
2. En tu entorno más cercano, ¿quién es la persona modelo a seguir que Influye en la toma de tus decisiones? Padre ( ) Madre ( ) Hermano/a ( )  
Otro familiar ( )  
Profesor ( ) Amigo ( ) Otro ( )
3. ¿El modelo a seguir, tiene negocio propio? Sí ( ) No ( )
4. Preferencia profesional en la vida laboral futura, está en:  
Mi empresa ( ) Una MYPE ( ) Una gran empresa ( ) Adm. Pública ( )

### III. PREGUNTAS DEL TEST

**INDICACIONES:** Lea con atención, cada una de las afirmaciones que están referidas al desarrollo del emprendimiento y elija en una escala de cinco alternativas, la que considere se adecue mejor a su opinión. Marque con una " X " su respuesta.

1	2	3	4	5
Nunca	Raras Veces	Algunas Veces	Usualmente	Siempre



## Cuestionario de autoevaluación de la Capacidad Emprendedora Personal (CEP's)

Nº	PREGUNTAS	Nunca	Raras Veces	Algunas Veces	Usualmente	Siempre
1	Me esmero en buscar cosas que necesitan hacerse	N	RV	AV	U	S
2	Cuando me enfrento a un problema difícil, invierto gran cantidad de tiempo en encontrarle solución.	N	RV	AV	U	S
3	Termino mis tareas a tiempo.	N	RV	AV	U	S
4	Me molesta cuando las cosas no se hacen debidamente.	N	RV	AV	U	S
5	Prefiero situaciones en las que puedo controlar al máximo el resultado.	N	RV	AV	U	S
6	Me gusta pensar sobre el futuro.	N	RV	AV	U	S
7	Cuando comienzo una tarea o un proyecto nuevo consigo toda la información primero.	N	RV	AV	U	S
8	Planteo un proyecto grande dividiéndolo en etapas.	N	RV	AV	U	S
9	Logro que otros apoyen mis recomendaciones.	N	RV	AV	U	S
10	Confío en que puedo tener éxito en cualquier actividad que me propongo realizar.	N	RV	AV	U	S
11	Escucho con atención, no importa quién sea mi interlocutor.	N	RV	AV	U	S
12	Hago lo que se necesita hacer sin que otros tengan que pedirme que lo haga.	N	RV	AV	U	S
13	Insisto varias veces para conseguir que otras personas hagan lo que yo quiero.	N	RV	AV	U	S
14	Cumplo las promesas que hago.	N	RV	AV	U	S
15	Mi rendimiento es mejor que el de otros estudiantes con los que estudio.	N	RV	AV	U	S
16	Difícilmente me involucro en nada nuevo a menos que tenga la certeza de éxito.	N	RV	AV	U	S
17	Pienso que es pérdida de tiempo preocuparme sobre lo que haré con mi vida.	N	RV	AV	U	S
18	Busco el consejo de personas que son especialistas en los temas o ramas en que yo me desempeño.	N	RV	AV	U	S
19	Considero cuidadosamente las ventajas y desventajas que tiene diferentes alternativas para llevar a cabo una actividad.	N	RV	AV	U	S
20	Invierto poco tiempo en pensar cómo puedo influenciar a otras personas.	N	RV	AV	U	S
21	Cambio mi forma de pensar si otros difieren enérgicamente de mis puntos de vista.	N	RV	AV	U	S
22	Me disgusto cuando no logro lo que quiero.	N	RV	AV	U	S
23	Me gustan los desafíos y nuevas oportunidades.	N	RV	AV	U	S
24	Cuando algo se interpone en lo que estoy haciendo persisto en mi propósito.	N	RV	AV	U	S
25	Si es necesario, no me importa hacer el trabajo de otros, con tal de cumplir con la tarea a tiempo.	N	RV	AV	U	S
26	Me molesta cuando pierdo el tiempo.	N	RV	AV	U	S
27	Tomo en consideración mis posibilidades de éxito o fracaso antes de decidirme a actuar.	N	RV	AV	U	S
28	Mientras más concretas sean mis expectativas sobre lo que quiero lograr en la vida, mayores serán mis posibilidades de éxito.	N	RV	AV	U	S
29	Actúo sin perder el tiempo en buscar información.	N	RV	AV	U	S

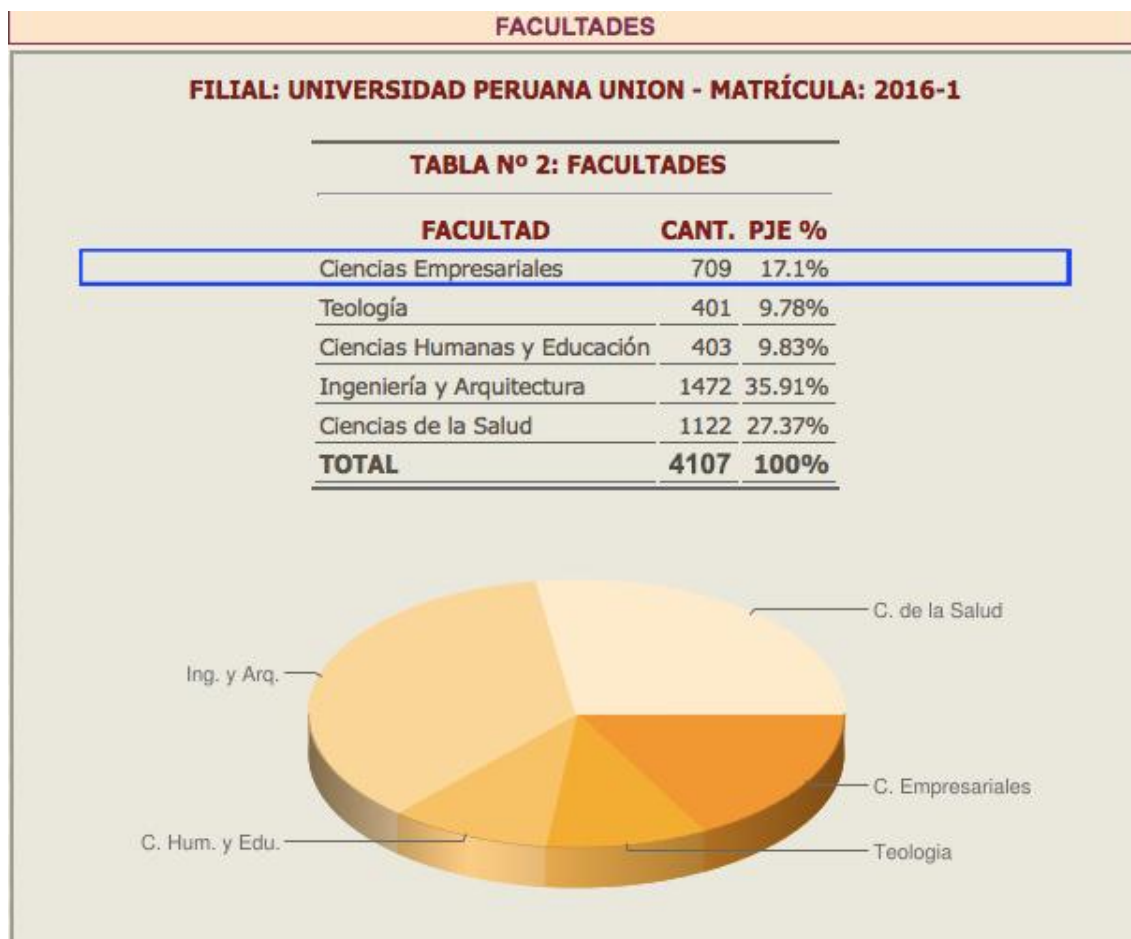
30	Trato de tomar en cuenta todos los problemas que puedan presentarse y anticipo lo que haría si se suscitaran.	N	RV	AV	U	S
31	Me valgo de personas influyentes para alcanzar mis metas.	N	RV	AV	U	S
32	Cuando estoy trabajando en algo difícil o desafiante, me siento confiado en mí triunfo.	N	RV	AV	U	S
33	He sufrido fracasos en el pasado.	N	RV	AV	U	S
34	Prefiero desarrollar tareas que domino a la perfección y en las que me siento seguro.	N	RV	AV	U	S
35	Cuando me enfrento a serias dificultades, rápidamente cambio de actividad.	N	RV	AV	U	S
36	Cuando estoy haciendo una tarea o trabajo para otra persona, me esfuerzo en forma especial por lograr que ésta se sienta satisfecha con el resultado.	N	RV	AV	U	S
37	Quedo totalmente satisfecho con la forma en que hago las cosas.	N	RV	AV	U	S
38	Llevo a cabo tareas arriesgadas.	N	RV	AV	U	S
39	Cuento con un plan claro de mi vida.	N	RV	AV	U	S
40	Cuando llevo a cabo una tarea o trabajo para alguien, hago muchas preguntas para estar seguro que entiendo lo que se quiere.	N	RV	AV	U	S
41	Me enfrento a problemas a medida que surgen, en vez de perder el tiempo prediciendo lo que sucederá en el futuro.	N	RV	AV	U	S
42	A fin de alcanzar mis metas, busco soluciones que beneficien a todas las personas involucradas en el problema.	N	RV	AV	U	S
43	El trabajo que entrego es excelente.	N	RV	AV	U	S
44	En ciertas ocasiones he sacado ventaja de otras personas.	N	RV	AV	U	S
45	Me aventuro en hacer cosas nuevas y diferentes de lo que he hecho en el pasado.	N	RV	AV	U	S
46	Trato diversas formas para superar obstáculos que se interponen al logro de mis metas.	N	RV	AV	U	S
47	Mi familia y mi vida personal son más importantes para mí que las fechas de entrega de trabajos que yo mismo determino.	N	RV	AV	U	S
48	Busco formas para terminar labores en forma rápida, en la universidad tanto como en el hogar.	N	RV	AV	U	S
49	Hago cosas que otras personas consideran arriesgadas.	N	RV	AV	U	S
50	Me preocupa tanto alcanzar mis metas semanales como las anuales.	N	RV	AV	U	S
51	Me valgo de varias fuentes de información al buscar ayuda para llevar a cabo mis tareas.	N	RV	AV	U	S
52	Si no resulta una alternativa para hacer frente a un problema, busco otra para resolverlo.	N	RV	AV	U	S
53	Puedo lograr que las personas con fuertes convicciones y opiniones cambien de modo de pensar.	N	RV	AV	U	S
54	Me mantengo firme en mis decisiones, aun cuando otras personas me contradigan enérgicamente.	N	RV	AV	U	S
55	Cuando no sé algo, lo admito.	N	RV	AV	U	S

*Agradecemos su colaboración. Muchas Gracias!!!*

## ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	VARIABLE	ESTUDIO	MUESTRA	ANÁLISIS DE DATOS	FUENTE
NIVEL DE EMPRENDIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN EN EL PERIODO 2016	<b>Problema general</b>  ¿Cuál es el nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016?	<b>Objetivo general</b>  Determinar el nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016.	Características Emprendedoras Personales	El tipo de estudio es descriptivo	No probabilístico se aplicará a toda la población de 746 estudiantes de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales	Descriptivo: Tabla de frecuencias. Datos categóricos mediante el SPSS.	Cuestiona-rio de Autoevaluación de las Características Emprendedoras Personales – CEP’s, de acuerdo a la Teoría de la Motivación de McClelland (1961), basada en las tres necesidades que se dimensiona. Aplicada en la Metodología CEFE.
	<b>Problemas específicos</b>  - ¿Cuál es el nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016?	<b>Objetivos específicos</b>  -Determinar el nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016.	Dimensiones	DISEÑO			
	- ¿Cuál es el nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016?	-Determinar el nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016.	Necesidad de logro	El diseño no experimental de corte transaccional			
	- ¿Cuál es el nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016?	-Determinar el nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016.	Necesidad de planificación				
	- ¿Cuál es el nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016	-Determinar el nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016.	Necesidad de poder				

ANEXO 3: CANTIDAD DE ALUMNOS DE SEDE Y FILIALES  
DE LA UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN DURANTE EL  
PERIODO 2016, SEGÚN SISTEMA ACADEMICO .



Fuente: Sistema academico de la Universidad peruana Unión durante el periodo 2016

**EAP**

**FILIAL: UNIVERSIDAD PERUANA UNION - MATRÍCULA: 2016-1**

**TABLA Nº 3: E.A.P.**

<b>ORDEN</b>	<b>EAP</b>	<b>CANT.</b>	<b>PJE %</b>
1	Ingeniería de Industrias Alimentarias	55	1.34%
2	Teología-Mención: Sagrada Escritura	16	.39%
3	Religión y Salud Pública	2	.05%
4	Arquitectura	337	8.22%
5	Psicología	433	10.56%
6	Ingeniería de Sistemas	220	5.37%
7	Nutrición Humana	233	5.68%
8	Teología-Mención: Liderazgo Eclesiástico	79	1.93%
9	Ingeniería Civil	372	9.08%
10	Medicina Humana	293	7.15%
11	Educación Inicial Intercultural Bilingüe	6	.15%
12	Ingeniería de Alimentos	62	1.51%
13	Educación Primaria Intercultural Bilingüe	11	.27%
14	Educación: Especialidad Primaria	31	.76%
15	Administración - Mención : Gestión Empresarial	1	.02%
16	Teología-Mención: Música	10	.24%
17	Educación: Especialidad Musical y Artes	50	1.22%
18	Educación: Especialidad Inicial y Puericultura	54	1.32%
19	Teología-Mención: Salud Pública	12	.29%
20	Asistencia Gerencial Bilingüe	1	.02%
21	Teología - Ecuador	1	.02%
22	Administración y Negocios Internacionales	412	9.93%
23	Educación: Educación Física	9	.22%
24	Enfermería	163	3.98%
25	Contabilidad y Gestión Tributaria	282	6.81%
26	Teología	239	5.83%
27	Diseño Gráfico Publicitario	7	.17%
28	Educación: Especialidad Lingüística e Inglés - PAE	1	.02%
29	Ingeniería Ambiental	426	10.39%
30	Ciencias de la Comunicación	191	4.66%
31	Contabilidad	13	.32%
32	Educación: Especialidad Lingüística e Inglés	43	1.05%
33	Teología-Mención: Psicología Pastoral	42	1.02%
<b>TOTAL</b>		<b>4107</b>	<b>100%</b>

Fuente: Sistema académico de la Universidad peruana Unión durante el periodo 2016 - I

Fuente: Sistema académico de la Universidad peruana Unión durante el periodo 2016



ESTADISTICAS DE MATRICULA - 2016-2		
Total Matriculados	2571	100 %
En Proceso	0	
Retirados	39	
FACULTADES		
Ingeniería y Arquitectura	980	38 %
Ciencias de la Salud	572	22 %
Ciencias Humanas y Educación	142	5 %
Ciencias Empresariales	883	34 %
EAP		
Ingeniería de Industrias Alimentarias - Filial Juliaca	36	1 %
Contabilidad - Filial Juliaca	22	0 %
Educación Primaria Intercultural Bilingüe - Juliaca	30	1 %
Educación Inicial Intercultural Bilingüe - Juliaca	24	0 %
Ingeniería de Sistemas - Filial Juliaca	133	5 %
Contabilidad y Gestión Tributaria - Filial Juliaca	478	18 %
Administración y Negocios Internacionales - Filial Juliaca	383	14 %
Ingeniería Ambiental - Filial Juliaca	225	8 %
Educación: Especialidad Lingüística e Ingles - Filial Juliaca	38	1 %
Ingeniería Civil - Juliaca	555	21 %
Psicología - Filial Juliaca	441	17 %
Enfermería - Filial Juliaca	131	5 %
Ingeniería de Alimentos - Juliaca	31	1 %
Educación: Especialidad Primaria - Filial Juliaca	9	0 %
Educación: Especialidad Inicial y Puericultura - Filial Juliaca	41	1 %

Fuente: Sistema academico de la Universidad peruana Unión durante el periodo 2016

ESTADISTICAS DE MATRICULA ACADEMICA - 2016-2		
Total de Matriculados	1261	100 %
En Proceso	0	
Retirados	8	
Sin Confirmar Pre-Matricula	0	
FACULTADES		
Ciencias de la Salud	279	22 %
Ingeniería y Arquitectura	460	36 %
Ciencias Empresariales	554	41 %
EAP		
Administración - Mención : Gestión Empresarial - Filial Tarapoto	210	16 %
Arquitectura - Filial Tarapoto	66	5 %
Contabilidad y Finanzas - Filial Tarapoto	2	0 %
Contabilidad y Gestión Tributaria - Filial Tarapoto	211	15 %
Ingeniería Ambiental - Filial Tarapoto	287	22 %
Ingeniería de Sistemas - Filial Tarapoto	107	8 %
Marketing y Negocios Internacionales - Filial Tarapoto	131	9 %
Psicología - Filial Tarapoto	279	22 %

Fuente: Sistema academico de la Universidad peruana Unión durante el periodo 2016

## ANEXO 4: CARTAS DE AUTORIZACIÓN

### ***Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Profesional de Administración***

*“Año de la Consolidación del Mar de Grau”*



Ñaña, jueves 12 de mayo de 2016

**Carta N° 133/16- FCE /EPA**

Doctor  
**Rubén Humberto Huanca Callasaca**  
Coordinador de la Facultad de Ciencias Empresariales - FJ  
Ciudad.-

De mi especial consideración:

Es grato hacerle llegar un cordial y sincero saludo, deseándole muchas bendiciones en la importante labor que desempeña.

Siendo que la Universidad Peruana Unión realiza nuevas propuestas de solución mediante la investigación científica y que como contenido transversal busca instalar las capacidades específicas en el perfil de la formación profesional, es necesario contar con los espacios propicios para ejecutar los proyectos de investigación. Por lo tanto, mediante la presente se solicita a su despacho el permiso correspondiente para realizar las acciones necesarias para la aplicación de instrumentos que permitan recoger datos que puedan servir para lograr los resultados pertinentes con el compromiso de guardar la confidencialidad del caso.

El trabajo de investigación de turno lleva como título: **“Nivel de Emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la UPeU - 2016”** y tiene como investigadores a **Ccapa Cabello Vasty Estela con código matrícula 201120525 y Guimac Cubas Jhordyn Kairo con código de matrícula 201120509**, alumnos de la Escuela Profesional de Administración.

Agradecemos de antemano por su atención a la presente solicitud.

Atentamente,



  
**Manuel Siles Nates**  
Director de Administración

  
17-05-2016





## **Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Profesional de Administración**

*Una Institución Adventista*

**"Año de la Consolidación del Mar de Grau"**

Ñaña, jueves 12 de mayo de 2016

**Carta N° 133/16- FCE /EPA**

**Doctor**

**Edual Delmar Santos Gutiérrez**

**Coordinador de la Facultad de Ciencias Empresariales - FT**

**Ciudad.-**

De mi especial consideración:

Es grato hacerle llegar un cordial y sincero saludo, deseándole muchas bendiciones en la importante labor que desempeña.

Siendo que la Universidad Peruana Unión realiza nuevas propuestas de solución mediante la investigación científica y que como contenido transversal busca instalar las capacidades específicas en el perfil de la formación profesional, es necesario contar con los espacios propicios para ejecutar los proyectos de investigación. Por lo tanto, mediante la presente se solicita a su despacho el permiso correspondiente para realizar las acciones necesarias para la aplicación de instrumentos que permitan recoger datos que puedan servir para lograr los resultados pertinentes con el compromiso de guardar la confidencialidad del caso.

El trabajo de investigación de turno lleva como título: **"Nivel de Emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la UPeU - 2016"** y tiene como investigadores a **Ccapa Cabello Vasty Estela con código matrícula 201120525 y Guimac Cubas Jhordyn Kairo con código de matrícula 201120509**, alumnos de la Escuela Profesional de Administración.

Agradecemos de antemano por su atención a la presente solicitud.

Atentamente,



**M. Mario Manuel Siles Nates**  
**Director EP Administración**

*Apreciado docente:  
por favor atender y  
colaborar con el estudiante  
Guimac Cubas, en referencia  
a la presente solicitud.  
UPEU 12-05-16*

